



جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

" حملة ترويجية لدعم الأعلاف الفلسطينية "

إعداد:

لمى " محمد منصور " سيوري

إسراء جمعة أبو عواد

ملاك خالد القواسمة القواسمي

مايا عماد أبو عياش

إشراف:

د . ديانا حسونة

قدم هذا المشروع استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس من تخصص التسويق

الإلكتروني

2021-2022

## الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم

بإحسان إلى يوم الدين، وبعد..

فإننا نشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لنا إنجاز هذا العمل بفضلته، فله الحمد أولاً وآخرًا.

ثم نشكر من أوصانا الرحمن بهما (والدينا)، على دعمهم لنا ووقوفهم بجانبنا لإتمام هذا العمل.

نشكر على وجه الخصوص الدكتورة الفاضلة (ديانا حسونة) على مساندتنا وإرشادنا بالنصح والتصحيح وعلى اختيار

العنوان والموضوع.

كما أن شكرنا موجه لإدارة كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات بجامعة (بوليتكنك فلسطين، كلية العلوم الادارية ونظم

المعلومات، تخصص تسويق الكتروني).

ونشكر كل من ساهم معنا وساندنا في هذا البحث، وقدم لنا العون، ومد لنا يد المساعدة، وزودنا بالمعلومات اللازمة

لإتمام هذا البحث.

## الإهداء

وُجد الإنسان على وجه البسيطة، ولم يعيش بمعزل عن باقي البشر وفي جميع مراحل الحياة، يُوجد أناس يستحقون مَنًا

## الإهداء

وأولى الناس بالإهداء هما الأبوان؛ لما لهما من الفضل ما يبلغ عنان السماء؛ فوجودهما سبب للنجاة والفلاح في الدنيا والآخرة.

نُهديكم هذا المشروع

## فهرس المحتويات

| الصفحة    | الموضوع                 | الرقم      |
|-----------|-------------------------|------------|
| أ         | الشكر والتقدير          |            |
| ب         | الاهداء                 |            |
| ت         | المصطلحات الإجرائية     |            |
| ج         | الملخص باللغة العربية   |            |
| د         | الملخص باللغة الانجليزي |            |
| <b>1</b>  | <b>الفصل الأول</b>      | <b>1</b>   |
| <b>1</b>  | المقدمة                 | <b>1.1</b> |
| <b>3</b>  | تحليل القطاع            | <b>1.2</b> |
| <b>4</b>  | وصف قطاع الاعلاف        | <b>1.3</b> |
| <b>6</b>  | <b>SWOT analysis</b>    | <b>.14</b> |
| <b>8</b>  | <b>الفصل الثاني</b>     | <b>2</b>   |
| <b>9</b>  | تحليل المزيج التسويقي   | <b>2.1</b> |
| <b>10</b> | تحليل المنافسين         | <b>2.2</b> |

|    |  |     |
|----|--|-----|
| 11 | الفصل الثالث   | 3   |
| 12 | تحليل السوق  | 3.1 |
| 14 | الفصل الرابع   | 4   |
| 15 | تحليل البرامج الترويجية السابقة والحالية لقطاع الاعلاف | 4.1 |
| 15 | أهداف الحملة الترويجية                                 | 4.2 |
| 16 | تصميم الحملة الترويجية                                 | 4.3 |

## المصطلحات العلمية:

- الترويج: هو الجهد الذي يبذله البائع في إبراز الخصائص المميزة للسلعة أو الخدمة التي يتم الترويج لها كالتصميم، والتغليف، واسم العلامة، والجودة، والسعر ثم إقناع هذا المشتري بتلك الخصائص لشراء هذه السلعة أو الخدمة ويعرف الترويج بأنه تلك المحفزات التي تستعملها المؤسسة لحث (تجار الجملة، وتجار التجزئة، قنوات التوزيع الأخرى) على التبادل، أو المستهلكين لشراء العلامة التجارية، وتشجيع قوى البيع على تصريفها.
- الحملة الترويجية: سلسلة من النشاطات الترويجية التي تقوم بها شركة معينة، تحمل العديد من الأهداف ورسالة والعمل على تحقيقها، باستخدام العديد من العناصر التي تتناسب مع الشركة، وهذه العناصر هي الإعلان، البيع الشخصي، التسويق المباشر، الدعاية، العلاقات العامة، ترويج المبيعات ومواقع التواصل الاجتماعي.
- المنتج: هو عبارة عن سلعة معروضة للبيع، يمكن أن يكون المنتج خدمة أو عنصرا، يمكن أن يكون فيزيائيا أو افتراضيا أو إلكترونيا، يتم تصنيع كل منتج بتكلفة ويباع كل منها بسعر، يعتمد السعر الذي يمكن فرضه على السوق والجودة والتسويق والشريحة المستهدفة، وكل منتج له دورة حياة يحتاج بعد ذلك إلى الاستبدال أو بمعنى التخلص منه، أو يجب إعادة اختراعه أو تحسينه وتطويره.
- الفئة المستهدفة: مجموعة من الأشخاص الذين لديهم بعض الخصائص المشتركة التي حددتها الشركة كعملاء محتملين لمنتجاتها.
- المزيج التسويقي : هو عبارة عن عملية متكاملة تتمثل في تقديم (المنتج/ الخدمة) الصحيح للفئة المستهدفة في المكان الصحيح بالطريقة الصحيحة لتحقيق أهداف الشركة والأهداف التسويقية، وهي عبارة عن 4PS المنتج، السعر، المكان " نقاط البيع"، الترويج، أما في الخدمات تكون 7PS بإضافة الناس من موظفين وغيرهم، والعمليات وهي من لحظة دخول العميل إلى الشركة وحتى الخروج منها .

- **SWOT:** هو طريقة تحليلية يساعد على تحديد النقاط الخاصة بالقوة وإدراك نوعية التهديدات وطبيعة الفرص المتاحة والمؤثرة في المنتجات..
- المنافسين المباشرين: هم الأشخاص او الشركات والمؤسسات الذين يقدمون نفس المنتجات أو الخدمات لنفس الجمهور والفئة المستهدفة ويتنافسون على نفس السوق المحتملة .
- المنافسين الغير مباشرين: هم الأشخاص أو الشركات أو المؤسسات التي تقدم نفس الخدمة والمنتج ليست بالضرورة هي نفسها ولكنها تلبي احتياجات المستهلك نفسها.
- الأهداف التسويقية : هي أهداف محددة وموصوفة في خطة التسويق، يمكن أن تكون هذه الأهداف عبارة عن مهام أو تحسينات في مؤشرات الأداء الرئيسية "KPIs" أو معايير أخرى قائمة على استخدام لقياس نجاح التسويق. عندما يتم تحديد الأهداف القابلة للقياس بشكل صريح، فهي أساسية للنجاح من الناحية التسويقية.

## الملخص

قد قمنا بعمل أبحاث ومقابلات مع أصحاب الشركات المساهمة في قطاع صناعة الأعلاف لتجميع معلومات حول صناعة الأعلاف الفلسطينية ومقارنتها بأعلاف الاحتلال ، ثم تم تحليل القطاع الزراعي فقمنا بتحليل التحديات التي تواجه القطاع الزراعي والتحديات التي تواجه هذا القطاع من قبل الاحتلال.

ثم قمنا بتحليل قطاع الأعلاف ووضحنا أنواع الأعلاف (نباتية وحيوانية)، وقمنا بتحليل (SWot) وضحنا نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات.

وتم تحليل المزيج التسويقي (المنتج، السعر، الترويج، والمكان).

ثم قمنا بتحليل منافسين القطاع من خلال تحليل (SWot) فقد قمنا بتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات.

وقد قمنا بتحليل السوق حيث تم استخدام المنهجية الوصفية من خلال اداة المقابلات ومن ثم قمنا بتحليل هذه المقابلات.

وفي النهاية قمنا بإعداد حملة ترويجية لدعم قطاع الأعلاف الفلسطينية ، حيث قمنا بتصميم هوية بصرية لإحدى المصانع و منصة تضم المزارعين و أصحاب المصانع الفلسطينيين .



## ***Abstract***

*We conducted research and interviews with the owners of companies contributing to the feed industry sector to gather information about the Palestinian fodder industry and compare it with the fodder of the Israeli occupation, then we analyzed the agricultural sector, so we analyzed the challenges facing the agricultural sector and the challenges facing this sector by the Israeli occupation.*

*Then we analyzed the feed sector and explained the types of feed (plant and animal), we made swot analysis and clarified the strengths, weaknesses, opportunities and threats*

*We analyzed the marketing mix (product, price, promotion, and place)*

*Then we analyzed the sector's competitors through swot analysis. We analyzed their strengths, weaknesses, opportunities and threats.*

*Finally, we analyzed the market, where the descriptive methodology was used through the interview tool, and then we analyzed these interviews.*

*In the end, we prepared a promotional campaign to support the Palestinian feed sector, where we designed a visual identity for one of the factories and a platform that includes Palestinian farmers and factory owner*

## 1.1 المقدمة :

تتوعد أشكال انتهاكات الاحتلال الاسرائيلي على الشعب الفلسطيني منذ احتلالها للأراضي الفلسطينية عام 1948 من قتل وذبح وأسر وسلب الأراضي الفلسطينية وغير ذلك الكثير، وحتى يومنا هذا ...

وكما تتوعد الانتهاكات ضد الشعب الفلسطيني فقد تتوعد أشكال المقاومة ايضا سواء مقاومة مسلحة أو مقاومة سلمية مثل رسوم الكاريكاتير والإضراب العام والمسيرات السلمية...

من أهم أنواع المقاومة السلمية المقاطعة للمنتجات والخدمات الإسرائيلية من خلال دعم المنتج الوطني الفلسطيني، فمنذ النكبة يشن الاحتلال حربا اقتصادية ويسرق مواردنا الطبيعية الغنية، تفرقنا بالفقر والبطالة، تسرق الضرائب منا وتحرمنا حقوقنا، تستغلنا عيداً عاملاً رخيصة وتضرب البنية التحتية لتمنعنا من الانتاج، وقضى الاحتلال على قطاعات اقتصادية واسعة فسرق الأرض ومصادر المياه وحرمانا من الزراعة وخنق القدس ويافا والخليل وسائر المدن التي تشتهر بالصناعة وقطع قنوات التجارة بالخدود العسكرية والحواجز والاستيلاء على الموانئ، وقام بوضع قوانين تراقب كل قرش في جيبنا حتى يسرق منه ضريبة تمويل الطائرات والقنابل لتقتلنا، وبعد هذا اغرق بلدنا بالبنوك والديون ورؤوس الأموال وفجع الشركات الكبرى، ودفعوا مجتمعنا الى استهلاك منتجات الاحتلال الاسرائيلي أو المستوردة عبر الاحتلال، فارتبط الفلسطيني باقتصاد الاحتلال حيث يأكل الشعب الفلسطيني كما يريد له أن يأكل ويعيش كما يرغب له ان يعيش ويعمل حيث يسمحون ويشترى من أينما يريدون.

ولهذا لابد للشعب الفلسطيني أن يدرك قوته الاقتصادية الجبارة حين يتحد، ولصنع هذه القوة الاقتصادية على الشعب الفلسطيني أن يبدأ بممارستها تدريجياً وبشكل موحد وان يقود كل إنسان فلسطيني دفعة المبادرة من اجل ان نكون مجتمعاً مستقلاً ومتكافلاً يلبس مما ينسج ويأكل مما يزرع.

فقد أقرت الحكومة الفلسطينية أن يوم دعم المنتج الفلسطيني هو الأول من شهر تشرين الثاني من كل عام، وذلك تطبيقاً لإستراتيجيتها في تعزيز القاعدة الإنتاجية للاقتصاد الوطني مما يشجع على الانفكاك الاقتصادي مع الاحتلال.

ويشير مختصون إلى أن رفع حصة المنتج الوطني في السوق سيسهم في خلق فرص عمل جديدة للشعب الفلسطيني وسيسهم أيضاً في تعزيز الاقتصاد الوطني عموماً.

وبعد جمع المعلومات قررنا استهداف قطاع الزراعة؛ فهو لا يعد فقط من أهم القطاعات الاقتصادية في فلسطين بل ويعتبر أيضاً أحد مقومات الصمود الفلسطيني في مواجهة الاحتلال، وتم اختيار منتج الأعلاف لأنه يعتبر من أهم 20 منتج يتم استيراده من الاحتلال حيث يصل استيراد فلسطين للأعلاف من الاحتلال أكثر من 800 مليون دولار سنوياً.(مركز الإحصاء الفلسطيني،2019)

وتشكل الثروة الحيوانية جزء رئيسي من هذا القطاع إذ تشكل ما نسبته 35% من قطاع الزراعة، ويعيل قطاع الثروة الحيوانية مئات آلاف الفلسطينيين، كما يواجه قطاع الثروة الحيوانية أيضاً العديد من الصعوبات مثل:

- تحكم الاحتلال بأسعار الأعلاف وأسعار اللحوم؛ كونها المصدر الوحيد لاستيراد الفلسطينيين للأعلاف.
- الإنتاج الهائل للدجاج اللحم والبيض في المستوطنات.
- نقص الخبرة في المزارع الفلسطينية وقلة الإمكانيات المالية والتكنولوجية.

تهدف الحملة الى زيادة وعي الشعب الفلسطيني عن المخاطر المترتبة من استيراد منتجات الاحتلال خاصة (منتجات غذاء الحيوانات: الأعلاف والحبوب) وتحسين الصورة الذهنية لمصانع الاعلاف الفلسطينية في أذهان الشعب الفلسطيني.

لذلك سنعمل على دراسة وتحليل القطاع الزراعي بشكل عام وقطاع الاعلاف بشكل خاص .

## 2.1) تحليل القطاع:

### القطاع الزراعي (الثروة الحيوانية):

يلعب القطاع الزراعي دوراً رئيسياً في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، حيث كان قديماً يعتبر القطاع الحيوي الذي يساهم في توفير الغذاء للشعب الفلسطيني، حيث شكلت الحمضيات ما نسبته 80 % من مجموع الصادرات، وشكلت " القمح والشعير " ما نسبته 60 %، ويساهم القطاع حالياً بنسبة 4.6% من إجمالي الناتج المحلي، ويساهم تحديداً بنسبة 15% من إجمالي الصادرات إلى الخارج.

وتبلغ عدد المجموعات التعاونية الزراعية الفلسطينية (الضفة وغزة) 138 مؤسسة، 44 منهم تابعة للإنتاج الحيواني، أما عدد العاملين في قطاع الزراعة فيصل إلى 51.500 (حسب إحصائية عام 2018) ويبلغ معدل الأجر اليومي في قطاع الزراعة للعامل في الضفة 73 شيكل وفي غزة 21 شيكل. (مركز الإحصاء الفلسطيني، 2019)

وقد واجه هذا القطاع عدد كبير من التحديات ومنها:

- إقامة جدار الفصل العنصري مما أدى لصعوبات وعزل الأراضي الزراعية وتدميرها.
- عدم قدرة الشعب الفلسطيني على السيطرة على موارده الطبيعية نتيجة مصادرة الاحتلال للأراضي الفلسطينية.
- إقامة المستوطنات عليها وشق الطرق الالتفافية واستخدام الأراضي المتبقية في توسيع بناء المستوطنات.
- السيطرة على موارد المياه الفلسطينية.
- وضع قيود على الصادرات والواردات للمنتجات الزراعية بين المناطق الفلسطينية من جهة وبين الخارج من جهة أخرى.
- ضعف الدعم الحكومي للقطاع الزراعي.

ونتيجة لهذه التحديات لقد توجهنا لدعم القطاع الزراعي بشكل عام وقطاع الأعلاف بشكل خاص.

### 3.1 تحليل قطاع الأعلاف:

على مر السنوات، كان يعتمد الشعب الفلسطيني، في تغذية المواشي على زراعة الحبوب حتى عام 1988، كان الطلب على لحوم الدواجن المتغذية على الحبوب أعلى من لحوم الدواجن المتغذية على الأعلاف المصنعة، ولكن بسبب متغيرات مختلفة مثل زيادة الكثافة السكانية، تناقص مساحات الرعي، ودخول أنواع جديدة من الفواكه والخضراوات أدى إلى استبدال زراعة الحبوب بزراعات أكثر جدوى، كل هذه الأسباب أدت إلى تحول مربي الماشية من الاعتماد الكلي على الحبوب إلى الاعتماد على الأعلاف المصنعة من الاحتلال.

فتشكل الثروة الحيوانية جزءاً رئيسياً من القطاع الزراعي إذ تشكل ما نسبته 35% من هذا القطاع، وتعتبر الأعلاف أهم مدخلات الثروة الحيوانية، كونها المنتج الأساسي لاستمرارية هذا القطاع، كما تتجه فلسطين إلى استيراد الأعلاف فقط من الاحتلال، بسبب وضع الاحتلال الكثير من المعوقات أمام إنتاج هذا المنتج.

ويعاني الإنتاج الحيواني الفلسطيني من انحدار حاد بالإنتاج، إذ لا يغطي الانتاج المحلي سوى 40% من السوق الفلسطيني الذي يبلغ استهلاكه 820 ألف طن سنوياً، حيث ان فلسطين تستورد من اسرائيل أعلاف وحبوب بقيمة 800 مليون دولار سنوياً، دون الاتجاه للاستيراد من الخارج بسبب منع إسرائيل لها.

لكن يعاني قطاع المجترات الكبيرة (الماعز ولأبقار)، من نقص اهتمام حاد من الحكومة، حيث يبلغ اعتمادها على الاحتلال 60%.

وتقسم الأعلاف إلى قسمين:

1 - أعلاف حيوانية: هي أعلاف مصنعة من مسحوق السمك و بخاصة المعامل حراريا منه و كذلك مسحوق اللحم ، مسحوق

اللحم و العظم ، مسحوق مخلفات ذبح الدواجن ، مسحوق الدم ، و مخلفات صناعات الألبان .

2 - أعلاف نباتية: - وهي أعلاف مصنعة من الحبوب التي تحتوي على نسبة عالية من البروتين التي تحتاجها الدواجن مثل

: الحبوب البقولية ، مخلفات البذور الزيتية ، مخلفات المطاحن ومسحوق العلف ، فول الصويا ، والفول السوداني . (مدير شركة التميمي

الزراعية 2021)

## SWOT analysis ( 3.2

### Threats–Opportunities–Weaknesses–Strengths

هي أداة من أدوات التحليل الاستراتيجي، وهي طريقة تحليلية تساعد على تحديد النقاط الخاصة بالضعف والقوة، وإدراك نوعية التهديدات وطبيعة الفرص المتاحة والمؤثرة في القطاع، ومن خلال عمل مقابلات مع شركات عاملة في قطاع الإنتاج الحيواني فقد تبين لنا نقاط القوة والضعف لقطاع الاعلاف وما هي الفرص المتاحة والتهديدات التي قد تواجه القطاع

#### نقاط القوة: Strengths

- جودة الأعلاف الفلسطينية في الوقت الحالي أفضل من جودتها قديما فهي بحالة تطور مستمر وخصوصا في الفترة الأخيرة \_ وخصوصا اعلاف الدواجن .
- سهولة الوصول والتعامل التاجر مع أصحاب المزارع .
- اسعار الاعلاف الفلسطينية اقل من اسعار اعلاف الاحتلال (خصوصا الدواجن) .
- البدء بإقامة مصانع جديدة في فلسطين لصناعة الاعلاف .

#### نقاط الضعف: Weaknesses:

- مصانع الأعلاف الفلسطينية تمتلك مختبرات فحص جودة عالية لكن دون وجود أيدي عاملة ذات خبرة ومدربة .
- لا تملك المصانع المحلية أي نوع من شهادات الجودة العالمية أو المحلية (المواصفات والمقاس الفلسطينية) .
- لا تمتلك المصانع الفلسطينية رقابة كاملة على عملها .

- تمتلك المصانع الوطنية 200 مليون شيكل دين لمصانع الاحتلال .
- عدم توفر مخزون استراتيجي ( الأمن الغذائي ) .
- افتقار المصانع الفلسطينية للتأمين والدعم الزراعي .
- تعتمد جميع المصانع المصنعة للأعلاف على استيراد المواد الخام من الاحتلال بشكل شبه كامل (شركة النماء الزراعية،2021)
- الصورة النمطية وثقافة المجتمع بأن جودة الأعلاف الفلسطينية سيئة وأقل جودة من أعلاف الاحتلال .
- ضعف السيولة النقدية .
- منع استيراد الأعلاف من الخارج بفعل وجود تهديدات من الاحتلال .

### الفرص | Opportunities:

- استصلاح الاراضي وزراعتها .
- استغلال صناعة الأعلاف البديلة ، مثل : العلف العضوي ، والسياج .
- استغلال الأراضي لإقامة مصانع اعلاف .
- استغلال عاطفة الشعب الفلسطيني من خلال الأحداث التي حصلت في فلسطين في الآونة الأخيرة مثل(برقة ،بيتا، حي الشيخ جراح).

### التحديات | Threats:

- انتشار الأوبئة يؤدي الى وقف أو صعوبة استيراد المواد الخام من الاحتلال وبالتالي عدم القدرة على إنتاج الأعلاف .
- مصادرة الاحتلال للأراضي الزراعية التي تعتبر مورد المزارع الفلسطيني لزراعة الحبوب .
- تحكم موردي الاحتلال بكمية المواد الخام وسعرها .

### 2.1) تحليل المزيج التسويقي 4PS:

هو عملية متكاملة تتمثل في تقديم الخدمة /المنتج الصحيح للفئة المستهدفة في المكان الصحيح بالطريقة الصحيحة لتحقيق الأهداف التسويقية وتحقيق نجاحات متواصلة للشركة إذا تم فهم عناصر المزيج التسويقي بشكل صحيح وتطبيقها بشكل متكامل:

#### المنتج (Product):

المنتج هو الأعلاف وهو أي مادة تستخدم لتغذية الماشية (أبقار، أغنام، ماعز) والحيوانات المستأنسة (دواجن، خيول، أرانب، الخ...) تأتي غالبية الأعلاف من مصادر نباتية. تستعمل كلمة علف للدلالة على الغذاء المقدم للحيوانات ويوجد للأعلاف أنواع منها الأعلاف النباتية والأعلاف الحيوانية، تتكون الأعلاف النباتية من (الحبوب البقولية، مخلفات البذور الزيتية، كسب بذرة القطن كسبة بذرة الكتان كسبة الفول السوداني وغيرها من المواد)

أما الأعلاف الحيوانية تتكون من (مخلفات المسالخ، مسحوق الدم، مسحوق اللحم والعظم)

#### السعر (Price):

يتراوح سعر الطن 1800-2200 شيكل ويتم تحديد السعر بناءً على حساب التكاليف ومن ثم إضافة هامش ربح ولكن من أهم محددات التكاليف هي تكاليف المواد الخام لأنه أغلب المواد الخام تستورد من الاحتلال الاسرائيلي هو من يحدد سعرها .

#### الترويج (Promotion):

سيكون عبارة عن حملة ترويجية لدعم الأعلاف الفلسطينية فقمنا بالتعاون مع شركة ازدهار الفلسطينية للأعلاف على إعداد هوية بصرية و لقاء تعريفية (Event) توعوي ، وإنشاء منصة فلسطين للأعلاف ، وتم التكلم بالتفاصيل في الفصل الرابع تحت عنوان

تصميم الحملة الترويجية



## المكان (Place):

يتم توزيع الأعلاف الفلسطينية على المزارعين الفلسطينيين (الضفة الغربية وقطاع غزة) مثل مزرعة التميمي للدواجن ومزرعة النماء وغيرها من المزارع.

## 2.2) تحليل المنافسين:

أهم المنافسين لمنتج الأعلاف هم مصانع الاحتلال المنتجة للأعلاف:

يعتمد المزارعين ومربي الماشية على استيراد الأعلاف من الاحتلال بنسبة كبيرة تصل إلى 60% ويعود السبب إلى جودتها العالية ، أنواعها المتعددة ، وقلة الإنتاج المحلي.

و من أهم المزارع التي تعتمد على استيراد الأعلاف من الاحتلال :

- شركة الجندي
- شركة الحوامة الاستثمارية
- شركة الجبريني
- شركة المحاريق الاستثمارية للدواجن

## تحليل الـ (SWOT) للمنافسين:

يفيد التحليل في ادارة نقاط القوة, الضعف, التهديدات والفرص لاكتشاف ما يمكن تعزيزه والعوامل التي يجب مراقبتها والتحم فيها كما يساعدنا في اتخاذ قرارات ووضع اهداف للحملة الترويجية في هذا المشروع .

من أهم نقاط القوة لمصانع الأعلاف التابعة للاحتلال :

- جودة الأعلاف المصنعة عند الاحتلال.
- تعدد أنواع الأعلاف المصنعة
- استثمار حكومة الاحتلال في المصانع ودعمها.
- توفر التقنيات التكنولوجية الحديثة .
- قدرة إنتاجية عالية.

من أهم نقاط الضعف لمصانع الاعلاف التابعة للاحتلال:

- سعر أعلاف الاحتلال أعلى من الأعلاف الفلسطينية.
- سمعة الاحتلال السيئة قد تؤثر على سمعة منتجاتهم.

الفرص المتاحة:

- قدرتها على احتكار السوق الفلسطيني بسبب قوتها السياسية التي تمتلكها.
- الصورة الذهنية الجيدة لأعلاف الاحتلال في أذهان المزارعين الفلسطينيين .

التحديات:

- وجود عدد من المصانع الفلسطينية قيد الإنشاء مثل مصنع الرابية في بيت أولا، مصنع ازدهار في ترقوميا.
- وجود حملات لدعم المنتج الوطني قد تؤثر على اقتصاد الاحتلال.

ونتيجة لهذا التحليل فقد قامت عدة شركات باستغلال الفرص بعدم وجود مصانع كبيرة للأعلاف في فلسطين بإنشاء مصانع تقدم

اعلاف ذات جودة تنافس جودة اعلاف الاحتلال.

### 3.1 تحليل السوق:

#### المقابلات:

المنهجية المتبعة في دراسة هذا البحث هي المنهجية الوصفية وقمنا باستخدام احدى وسائل البحث العلمي للمنهج الوصفي وهي المقابلات اللامنظمة، وتمت هذه المقابلات بشكل فردي أي مقابلة كل شخص على حدى واتبعنا نظام المقابلة المفتوحة حتى نستطيع جمع أكبر قدر من آراء العينة حول الأعلاف.

أول من تم التوجه إليه لإجراء مقابلة لفهم السوق الفلسطيني كانت مديرية الزراعة في الخليل، تمكنا من الوصول إلى بعض المعلومات حول سوق الأعلاف بشكل أولي وبسيط كالتالي:

- سعر طن العلف المستورد من الاحتلال 1800-2200 شيكل حسب نسبة البروتين ونوع العلف.
- سعر طن العلف المستورد من مصانع فلسطينية 1800-2200 شيكل حسب نسبة البروتين ونوع العلف.
- اسماء مصانع الاحتلال تدمير(عنبر)، اسميعوز، مطمور.
- عدد المصانع الموجودة في فلسطين تنتج اعلاف حوالي 10 مصانع منها:
  - مصنع الحامدين للأعلاف-الخليل-ترقوميا
  - مصنع شركة دواجن فلسطين(باديكو، عزيزا)-طولكرم
  - مصنع الأشقاء-الخليل-بيت امر
  - مصنع الحمل
  - مصنع السنابل
  - مصنع اعلاف الحصاد-نابلس

- تستورد فلسطين المواد الخام المستخدمة في المصانع من الاحتلال او عبر مورد تابع للاحتلال .
- أجرة العامل الفلسطيني داخل المصانع 2500-4000 شيكل.
- نسبة المزارع الفلسطينية التي تأخذ أعلاف من مصانع الاحتلال أكثر من 60% وذلك بسبب جودتها.
- يعاني قطاع صناعة الأعلاف في فلسطين من عدة مشاكل منها وأهمها ارتفاع أسعار المواد الخام، القيود التي يفرضها الاحتلال على نقل المواد الخام.

- لم يتجه المزارعون الفلسطينيون لمقاطعة الأعلاف المستوردة من الاحتلال.

المقابلة الأولى كانت بتاريخ 2021/11/25 : قمنا بعمل مقابلة مع مدير مزرعة العروب، تتلخص المقابلة بشكل عام حول مدى قوة الأعلاف المصنعة عند الاحتلال مقابل الضعف الإنتاجي للأعلاف، فمثلا يتميز إنتاج الاحتلال للأعلاف بذات جودة عالية مقارنة بالأعلاف الفلسطينية، والسعر المقارب وفي بعض الأحيان يكون السعر اقل من الأعلاف الفلسطينية، إمكانية الإنتاج الضخم والتخزين، القدرة على إنتاج أنواع متعددة من الأعلاف، توفر المختبرات لاختبار جودة الأعلاف بشكل مستمر قدرة اصحاب مصانع الاعلاف تعويض أصحاب المزارع إذا ما تم أي خلل في الإنتاج المتوقع أو إصابة الحيوانات بأي مرض، وإمكانية أصحاب المزارع رفع قضايا قانونية ضد اصحاب مصانع الاعلاف وذلك حسب الاتفاقيات والعقود التي تمت بينهم، ولعل أهم ما يميز الأعلاف الزراعية هو دعم الحكومة لهذا القطاع فأى خلل قد يصيب المصنع يتم تعويض المصنع من قبل الحكومة.

بالمقابل فإن صناعة الأعلاف الفلسطينية تعاني من العديد من المشكلات، ومنها:

نقص في الأراضي الواسعة لزراعتها أو بناء المصانع عليها بسبب الاستيلاء عليها من قبل الاحتلال صعوبة استيراد الأعلاف والمواد الخام من منطقة أخرى غير الاحتلال بسبب التكلفة العالية، قلة اهتمام الحكومة الفلسطينية بقطاع الزراعة والإنتاج الحيواني

بالرغم من ذلك كله إلا أن العمل داخل قطاع الأعلاف مريح جدا حسب ما تم وصفه لنا ، كما انه توصلنا من خلال هذه المقابلة ان جودة الأعلاف الفلسطينية بدأت ترتفع ولكنها تقتصر الى المختبرات لإثبات جودتها.

المقابلة الثانية : قمنا بعقد مقابلة مع صاحب شركة النماء الزراعية، حيث ثروته الحيوانية تتشكل من المجترات الكبيرة (الأبقار)، ويعتمد على استيراد أعلاف هذه الحيوانات من الاحتلال، حيث تستورد المصانع الفلسطينية أعلاف سنويا ما يقدر بـ 800 مليون دولار سنوياً.

حيث يعاني قطاع أعلاف المجترات الكبيرة من ضعف كبير حيث يعتمد على الاحتلال بنسبة 90%، والمواد الخام لهذا النوع من الأعلاف تستورد جميعها من الاحتلال، ما عدا البروتين من ألمانيا، وزيت النخيل من ماليزيا. ووضح لنا صاحب شركة النماء الزراعية أن القطاع الفلسطيني يعاني من العديد من المشكلات، ومنها: أن المصانع الوطنية تمتلك 200 مليون شيكل دين في السوق الفلسطينية نتيجة استدانة المزارعين من مصانع الأعلاف المحلية عدم وجود رقابة من الحكومة الفلسطينية على هذه المصانع المصنعة لعلف المجترات الكبيرة. نقص الأيدي العاملة ذات الخبرة للعمل بالمختبرات ما يؤدي إلى الغش (تغيير بنسبة المواد الخام مثل الفيتامين). عدم الاهتمام بجودة الأعلاف.

وأوضح أن المصانع الحالية تستطيع تغطي ما نسبته 40 - 45 % من السوق الفلسطيني لكن نسبة شراء المزارعين الفلسطينيين تشكل ما نسبته 20 % وهم من يعانون من ضعف السيولة النقدية لشراء المنتج الإسرائيلي. ويعاني القطاع العديد من المشكلات منها عدم الاهتمام بـ (الأمن الغذائي)، معنى أنه لا يوجد مخزون إستراتيجي يمكن تخزينه لـ 6 أشهر ، حيث نحتاج لكل 6 أشهر 760 ألف طن من الأعلاف، ما يوضح أن نسبة اهتمام الحكومة الفلسطينية بهذا القطاع يساوي 0.7 ، حيث رفضت الحكومة مشروع أيطالي لدعم صناعة الأعلاف ببناء مخزون احتياطي إستراتيجي في الضفة الغربية وتدريب الأيدي العاملة في إيطاليا وإعادتها للتعامل مع أجهزة المختبرات.

فكان المطلوب للاستثمار بهذا القطاع ما يلي:

العمل على بناء مخزون إستراتيجي يكفي الدولة في حالة حدوث أي عجز.  
تدريب الأيدي العاملة على التعامل مع الأجهزة الحديثة التي في المختبرات.  
البدء بإعطاء المزارعين تأمين زراعي في حالة حدوث أي خلل.

تطبيق آلية الجودة بجميع المصانع.

المقابلة الثالثة: قمنا بعمل مقابلة مع صاحب شركة التميمي الزراعية، وهي شركة تقوم بشراء أعلاف فلسطينية نباتية (بروتين طبيعي)، وقد وضح لنا أن أسباب انتشار منتج الاحتلال في الضفة الغربية، أنه يوجد أسرار في إنتاج الأعلاف وكانت الخبرة متواجدة في طرف الاحتلال فقط، وأن إنتاج الأعلاف يحتاج إلى قدرة مالية، وقد شكلت الثقافة عائق كبير لانتشار المنتج الفلسطيني بسبب اعتقاد المواطن أن منتج الاحتلال ذو جودة أفضل.

وقد وضح أنه مع مرور الوقت تحسنت جودة إنتاج الأعلاف المحلية الفلسطينية، وسهولة تعامل التاجر (صانع الأعلاف) مع صاحب المزرعة والوصول إليه

حيث وضح أن المصانع الفلسطينية تغطي ما نسبته 50 % من أعلاف الدواجن النباتية ، وإن ظهور المصانع الجديدة سوف يزيد من تغطية السوق ما نسبته 10 % .

وقد وضح أيضاً أن الفرق بين العلف الفلسطيني علف الدواجن يتشكل بفرق بسيط من ناحية الجودة والسعر ،حيث أن العلف الفلسطيني تشكل جودته 60 % مع سعر 2800 شيكل للطن الواحد أما علف الاحتلال تتشكل جودته بنسبة 70% مع سعر 3150 شيكل للطن الواحد ، هذا جميعه يشكل تقارب بنسبة الجودة والسعر حيث أن فرق الجودة 10% و فرق سعر 350 شيكل.

## الفصل الرابع

### تصميم الحملة الترويجية:

بناء على ما تم ذكره وتوضيحه بالفصول السابقة من تحليل قطاع الزراعة، وفهم سوق الأعلاف في فلسطين وما يعانيه المزارعون ومصانع الأعلاف من مشاكل وتحديات وفرص في عملهم تم العمل على بناء حملة ترويجية لدعم قطاع الأعلاف الفلسطينية من خلال عدة أمور:

أولاً: العمل على جمع أصحاب مصانع الاعلاف والمزارعين في منصة الكترونية واحدة لتسهيل عملية التواصل بين المصانع والمزارع وغيرهم من المستفيدين.

ثانياً: دعم قطاع الأعلاف في فلسطين من خلال التعاون مع إحدى الشركات الفلسطينية (شركة ازدهار فلسطين للاستثمار) لبناء هوية بصرية مع موقع الكتروني لمصنع أعلاف قيد الإنشاء ، ثم تم العمل على تنظيم لقاء تعريفى (event) لنشر هذه الهوية البصرية والموقع الإلكتروني وأخذ تغذية راجعة من الحضور للتطوير على الهوية البصرية.

#### 4.1 ( تحليل البرامج الترويجية السابقة والحالية لقطاع الاعلاف :

بسبب قلة الدعم الحكومي لقطاع الزراعة بشكل عام وسوق الأعلاف الفلسطيني بشكل خاص؛ يكاد لا يوجد أي حملات ترويجية لدعم الأعلاف الفلسطينية، بالرغم من وجود محاولات بسيطة لدعم العلف الفلسطيني ومن هذه المحاولات : عمل دورات تدريبية لأصحاب المزارع ومصانع الاعلاف، اتفاق مصانع الأعلاف الفلسطينية معاً بدون اي دعم حكومي على شراء باخرة من المواد الخام بشكل مباشر بدون وسيط اسرائيلي إلا أنها لم تعاد هذه التجربة لفشلها وتكبد تكاليف عالية جداً، المحاولة على حصول دعم اجنبي وبناء مختبرات لفحص جودة الأعلاف المصنعة الا انها ايضا باءت بالفشل بسبب الرفض الحكومي.

أما بالنسبة لمصنع ازدهار للأعلاف فلا يوجد له برامج ترويجية سابقة لأنه لا يزال قيد الإنشاء حتى الآن ولذلك قمنا بالتعاون معه لإنشاء هوية بصرية وموقع إلكتروني خاصة بهذا المصنع.

#### 4.2 ( أهداف الحملة الترويجية :

هناك عدة اسباب لتوجهنا لدعم قطاع الأعلاف الفلسطيني ومنها:

- عدم وجود دعم حكومي للقطاع الزراعي بشكل عام وقطاع الأعلاف بشكل خاص.
- ضعف البرامج التسويقية الداعمة لسوق الاعلاف الفلسطيني.

●تركيز اهتمام المزارع بإنتاجية الحيوانات بغض النظر عن مصدر الأعلاف عند شرائها سواء كانت فلسطينية أو من الاحتلال.

● عدم وعي اصحاب مصانع الأعلاف لأهمية التسويق والترويج لعملهم.

ونتيجة لهذه الاسباب فقد توجهنا لعمل حملة ترويجية لدعم الاعلاف الفلسطينية ومن أهداف الحملة الترويجية ما يلي:

●زيادة وعي المزارعين وأصحاب مصانع الاعلاف بأهمية البرامج التسويقية للقطاع

●تحسين الصورة الذهنية للأعلاف الفلسطينية في أذهان المزارعين الفلسطينيين

●تقليل نسبة استيراد الأعلاف من الاحتلال من 60% الى نسبة اقل من ذلك .

●رفع نسبة الإنتاج الفلسطيني من الأعلاف لأكثر من 40% .

●جمع أصحاب المزارع و اصحاب مصانع الاعلاف في منصة واحدة لتسهيل التواصل مع بعضهم البعض .

### 4.3 تصميم الحملة الترويجية:

قمنا باستخدام عدد من برامج في تصميم الحملة الترويجية التي ساعدت على تصميم الواجهات للتطبيق وإنشاء الهوية البصرية لمصنع ازدهار للأعلاف:

❖ Figma

هو موقع و تطبيق لتصميم واجهات ونماذج اولية للتطبيقات ويتمتع بقدرات عالية على تحرير وتصميم واجهة المستخدم

وتجربة المستخدم

❖ Adobe Photoshop cc 2021



هو تطبيق برمجي من "cloud creative adobe" لتحرير الصور وتنقيح الصور يستخدم على أجهزة الكمبيوتر التي تعمل بنظام Windows أو OS Mac، ويوفر للمستخدمين القدرة على إنشاء الصور والأعمال الفنية والرسوم التوضيحية أو تحسينها أو تحريرها بأي طريقة أخرى، تم استخدامه لعمل (mockup) لتصاميم الهوية البصرية.

Adobe illustrator cc 2021 ❖

هو برنامج أنتجته شركة أدوبي لإعداد التصميمات من نوع الرسومات الموجهة. آخر نسخة Illustrator CC تمثل الجيل الخامس والعشرون من خط إنتاج البرنامج، تم استخدامه لتصميم الهوية البصرية للشركة.

Nice page ❖

هو برنامج إنشاء مواقع الويب بالسحب والإفلات البسيط لتنفيذ أي أفكار، وتم استخدامه في تصميم الموقع الإلكتروني لمصنع ازدهار للأعلاف.

## 1. التطبيق:

بعد دراسة سوق الأعلاف وتحليله وفهم نقاط قوته و المشاكل والفرص والتحديات التي تواجهه ، توصلنا لحل احدى المشاكل التي يعاني منها هذا السوق ، وهي مشكلة عدم وجود مكان أو اتحاد أو نقابة ، أو حتى موقع يجمع مصنعي الأعلاف مع بعضهم البعض عن طريق إنشاء منصة إلكترونية تجمع مصنعي الأعلاف الفلسطينية مع المزارعين الفلسطينيين .

○ اختيار الاسم : قمنا باختيار اسم (منصة فلسطين للأعلاف) وهذا ما يتناسب مع هدف وجود هذه المنصة وهو جمع مصانع الأعلاف الفلسطينية وزبائنهم في مكان واحد ، وبالتالي تحقيق هدف مشروعنا وهو دعم الأعلاف الفلسطينية.

○ الشعار : تم تصميم الشعار بحيث يدمج بين شكلين هما السنبل و الشبكة ، حيث ترمز السنبل الى عنصر تستخدمه المصانع في صناعة الأعلاف ويستخدمه المزارعون في تغذية الحيوان ، أما الشبكة فترمز إلى تشابك وربط مصانع الأعلاف والمزارعون في مكان واحد ، أما اللون فتم اختيار اللون الأخضر والأبيض ، فالأخضر يدل على النمو والتوازن وكما ويعتبر هذا اللون لون غذائي وهو لون مقبول و متعارف عليه في القطاع الزراعي كونه يدل على الصحة والطبيعة والغذاء ، أما اللون الأبيض فهو لون حيادي وهو أيضا متعارف على استخدامه في قطاع الزراعة .

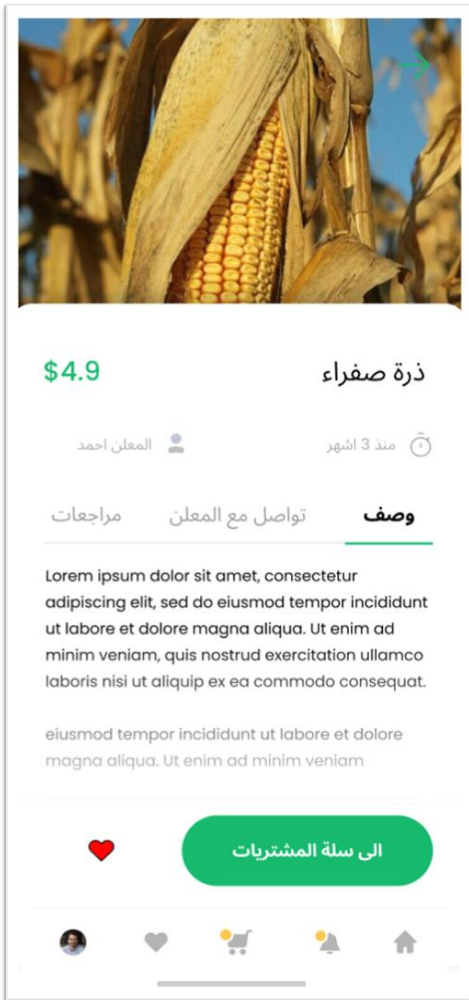
(QR CODE للعرض الخاص بالتطبيق)



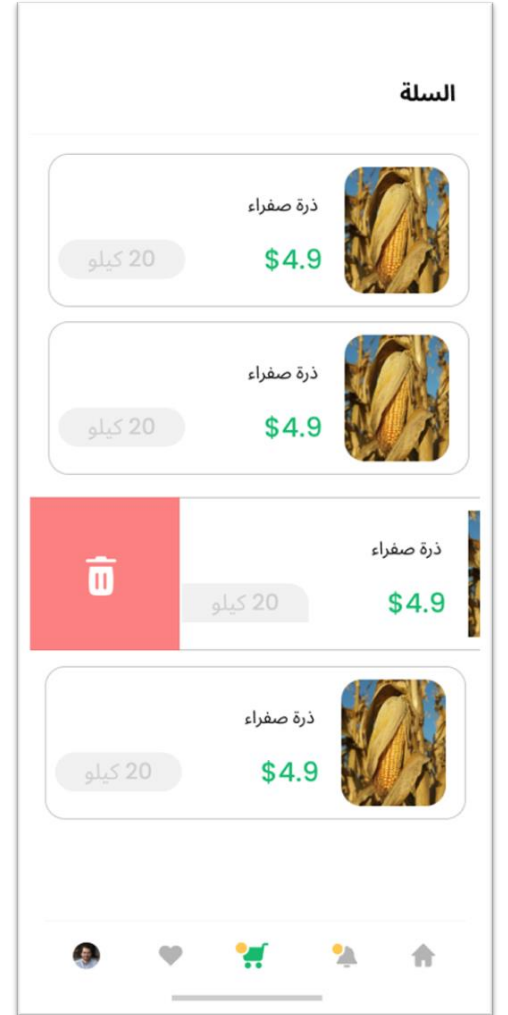
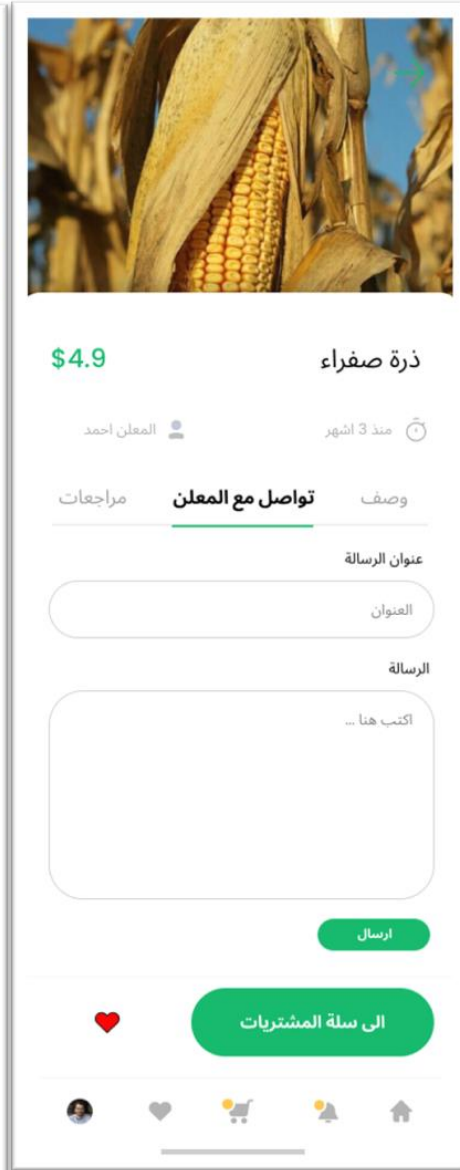
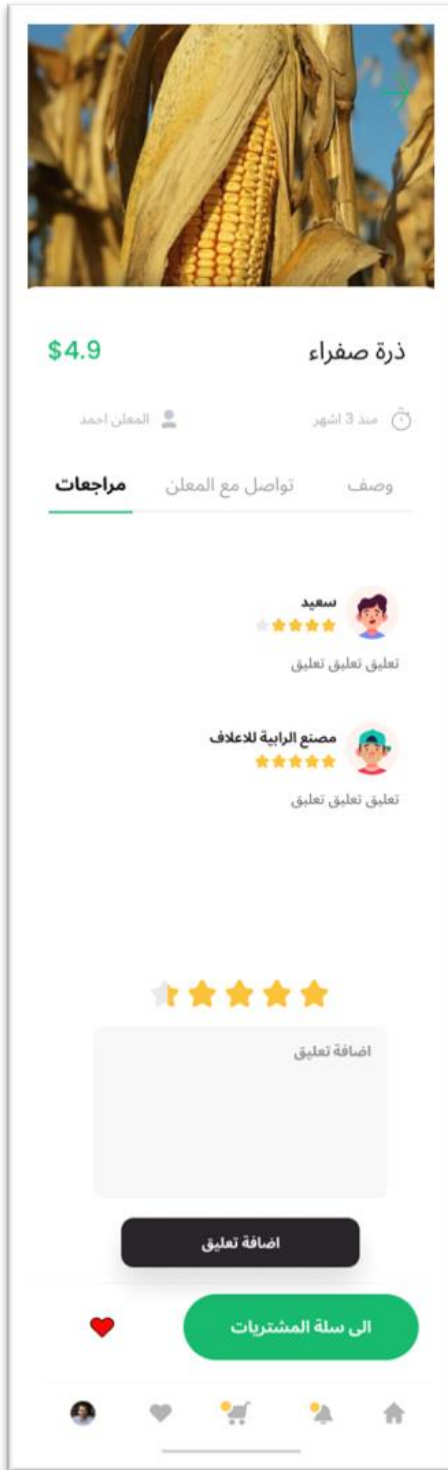


الواجهات الأولى تضم شعار واسم المنصة (منصة فلسطين للأعلاف) وتعريف بسيط عنها ، يظهر عند البدء بتشغيل التطبيق .

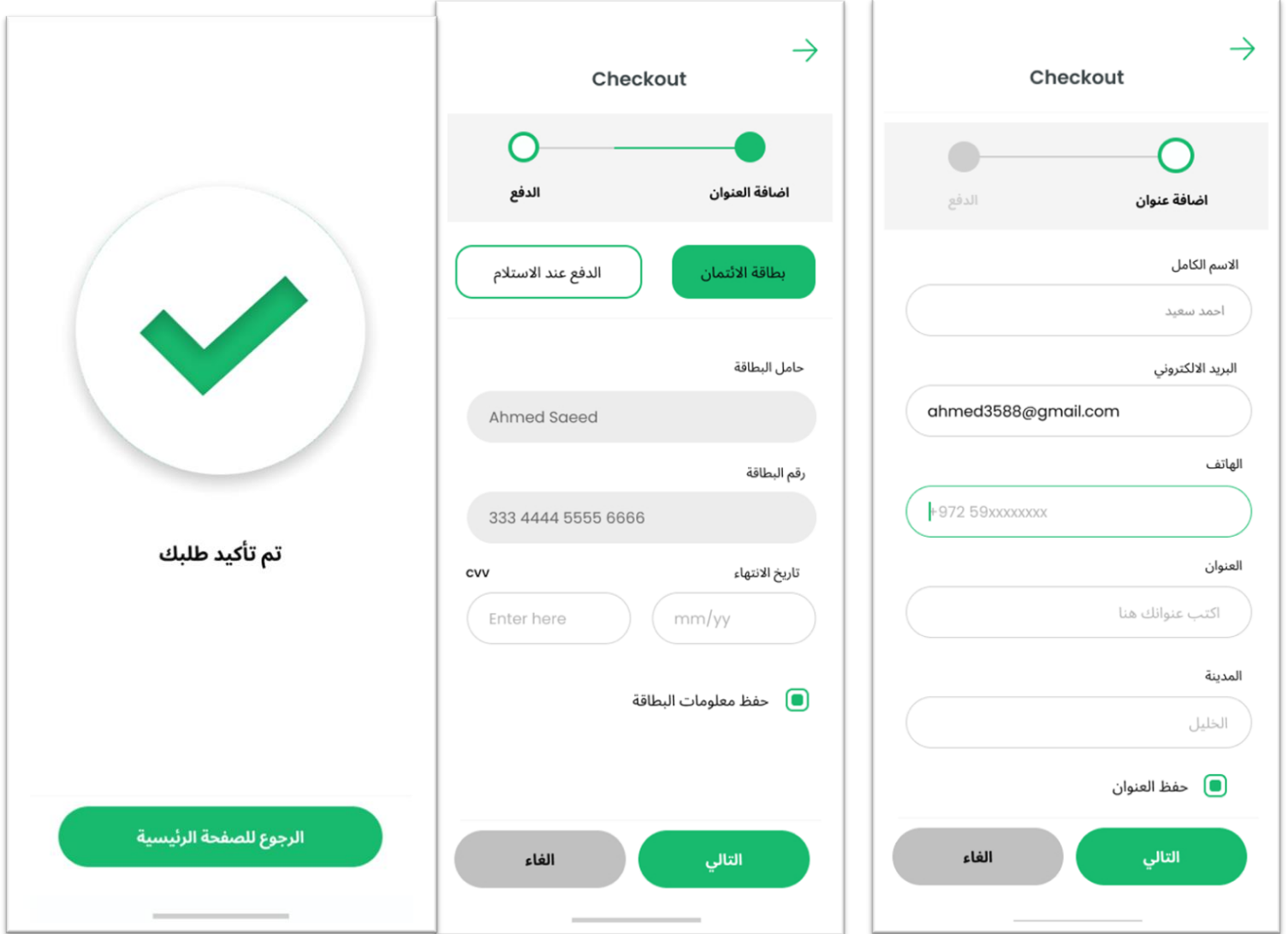
واجهة تضم إنشاء حساب، أو الدخول كزائر، يفقد الزائر بعض الصلاحيات عند استخدام التطبيق مثل إضافة اعلان، إضافة تعليق، إخفاء بعض تفاصيل المنتجات ، وآلية إنشاء حساب جديد، و اذا كان الزبون يملك حساب مسبقاً يمكنه التحويل الى تسجيل الدخول .



تضم هذه الواجهة الصفحة الرئيسية وتحتوي على المنتجات المعروضة والإعلانات التي تم عرضها من قبل المستخدمين، ويستطيع العميل إضافة المنتج الى واجهة المفضلة ، وعند الضغط على صورة المنتج ينتقل الى وصف المنتج وسعره ومعلومات عن المعلن



بعد اقتناع الزبون بالمنتج المعروض وتواصله مع المعلن سوف يتم إضافة المنتج إلى سلة المشتريات، وعند إزاحة المنتج لليمين سوف يتم ازلتها من السلة ، ويتمكن العميل من إضافة تعليق على المنتج المعلن عنه وتقييمه



الواجهة تضم كيفية شراء المنتج من خلال تعبئة بيانات العميل واختيار طريقة الدفع التي تناسبه ، ثم تتم عملية تأكيد

الطلب

→

### الدفع للإعلان

حامل البطاقة

Ahmed Saeed

رقم البطاقة

333 4444 5555 6666

cvv تاريخ الانتهاء

Enter here mm/yy

حفظ معلومات البطاقة

الغاء اضافة

→

### إضافة إعلان جديد

اسم المنتج

احمد سعيد

الوصف

وصف المنتج المعلن عنه...

الهاتف

972 59xxxxxxx

الكمية السعر

السعر السعر

إضافة صورة للمنتج المعلن عنه


المدينة

الخليل

الغاء التالي

→






### الحساب الشخصي



**احمد سعيد**  
ahmed3588@gmail.com

- تعديل الملف الشخصي
- إضافة إعلان
- أشخاص أتابعهم
- تنبيهاتي
- تسجيل الخروج

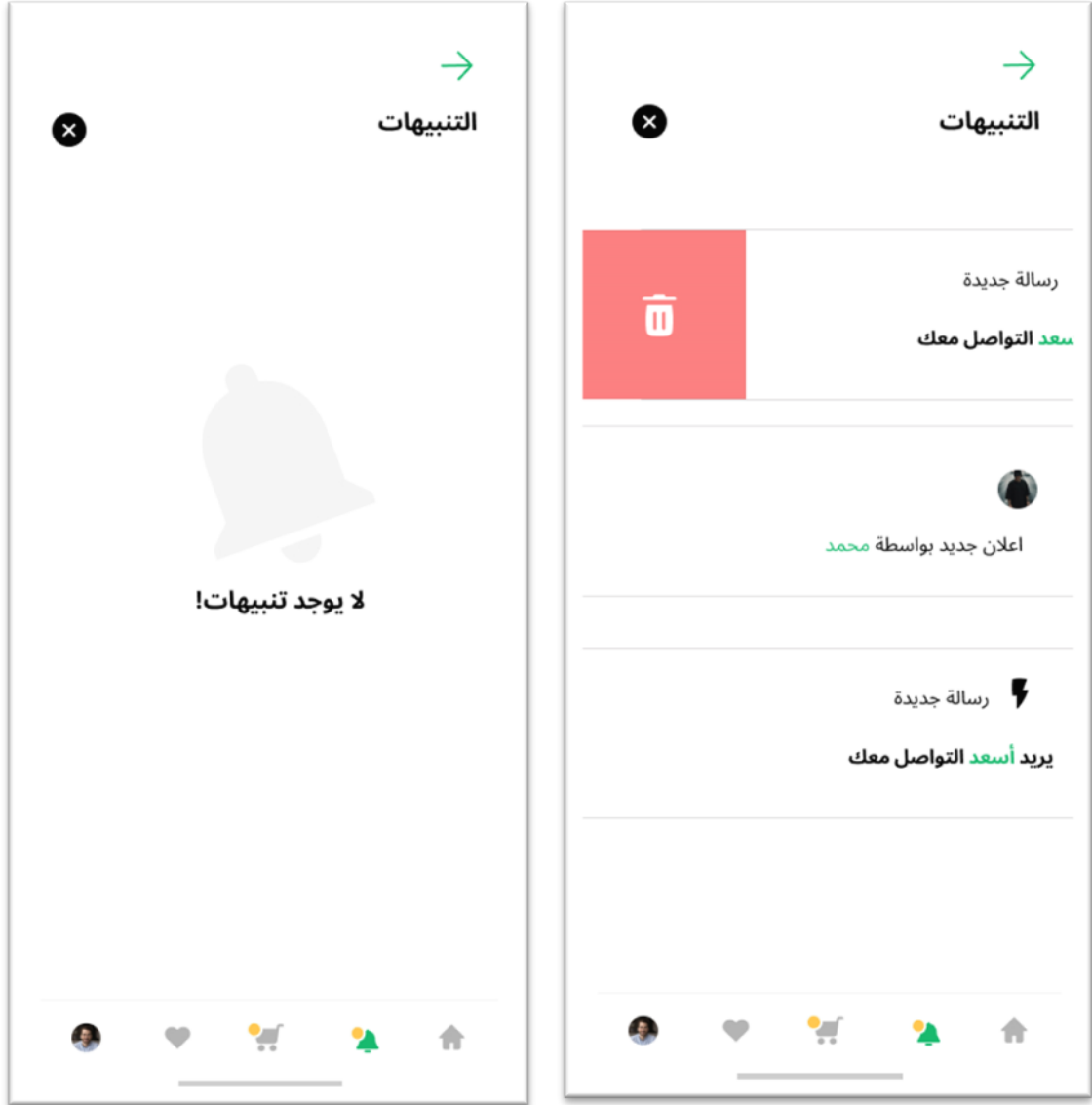
توثيق الحساب الشخصي

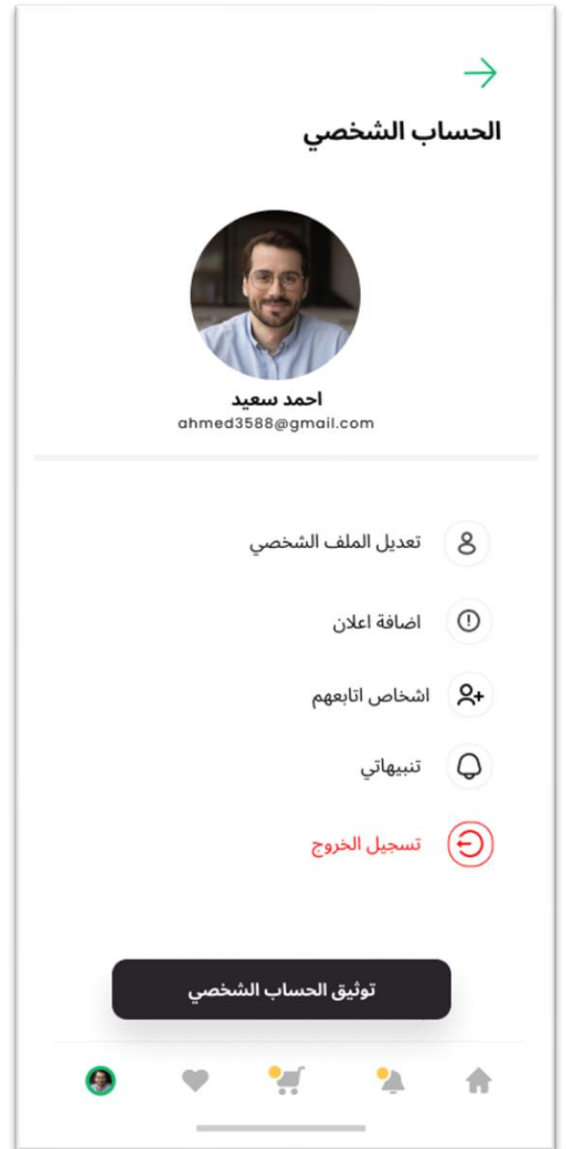
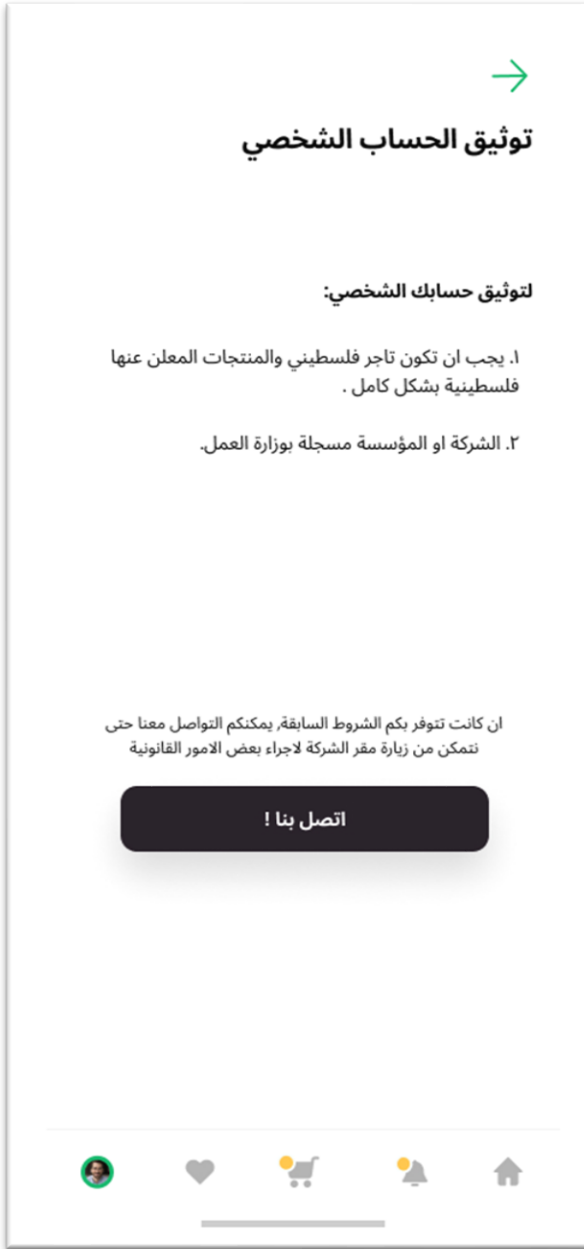
تضم هذه الواجهة الصفحة الشخصية للعميل، وتحتوي إضافة إعلان، التي تمكن العميل من وضع وصف للمنتج مع إرفاق صورة،

وتعبئة بيانات الدفع للإعلان





أيقونة التنبيهات ، التي سوف تحتوي على الإشعارات قادمة من قبل من المتابعين ، مثل : متابعة جديدة ، أو اعلان جديد ، أو تعليق من قبل المتابعين



تضم واجهة توثيق الحساب الشخصي، قوانين يجب على صاحب المصنع أو المزرعة العمل بها حتى يتم توثيق حسابه

على التطبيق

## 2. التعاون مع ازدهار للأعلاف:

لدعم قطاع الأعلاف الفلسطينية تم التوجه لدعم مصنع ازدهار للأعلاف، كونه مصنع يهدف الى رفع الاقتصاد الفلسطيني وهو مصنع ما زال قيد الانشاء ويعتبر من المشاريع الضخمة التي سيكون لها تأثير كبير على اقتصاد فلسطين يعطي المشروع الفرصة للنهوض بالاقتصاد الفلسطيني حيث يحقق للناجح الإجمالي القومي ما قيمته 62 مليون دولار ويعد أكبر مصنع للأعلاف الحيوانية المركزة في فلسطين فينتج اكثر من ٢٣ خلطة اعلاف دواجن ومجترات حيوانية بقدرة إنتاجية ٦٠ طن بالساعة من الأعلاف المركزة والعليقة الكاملة، وطاقة انتاجية سنوية تقدر ب ١٤٤ الف طن سنويا أعلاف مركزة و٩٦ الف طن من العليقة الكاملة ويؤثر المشروع أيضا على العمالة في فلسطين حيث سيوفر ٢٠ وظيفة مباشرة على الأقل بالإضافة إلى ٢٠٠٠ وظيفة غير مباشرة خلال العشر سنوات القادمة

ويعتبر احد المشاريع التابعة لشركة ازدهار فلسطين للاستثمار وهي شركة استثمارية بقيمة 100 مليون دولار أمريكي لفرص الاستثمار الموجهة نحو التنمية في فلسطين حيث ان المستثمرون بها هم مستثمرون فلسطينيون وهذا هو مدلول شعارها "تبنى بسواعدنا"

تقوم ازدهار للاستثمار باختيار المشاريع المؤثرة باقتصاد فلسطين بناءً على إمكانياتها للمساعدة في بناء الأساس والبنية التحتية لدولة مستقلة تتمتع باقتصاد قوي قابل للحياة ، وخلق فرص عمل مهنية طويلة الأجل عبر مجموعة متنوعة من التخصصات والقطاعات

### 1. تصميم هوية بصرية لمصنع ازدهار للأعلاف الفلسطينية:

يمكن تعريف الهوية البصرية على انها: مجموعة من العناصر المرئية التي تعمل على تمثيل العلامة التجارية وتمييزها. وتشير إلى أي مكونات مرئية مثل الشعار أو ألوان العلامة التجارية التي تساعد العملاء على تحديد العلامة التجارية. من خلال دمج كل أصل من أصول العلامة التجارية في شكل جمالي متماسك.

وتم اعتماد بعض الألوان الثابتة في جميع البصرية وهي :

الألوان المستخدمة في الهوية البصرية :

• البرتقالي : حيث يدل اللون على الطاقة والنمو ورقمه 18831f

• الأسود : حيث يدل اللون على القوة والفخامة والرسمية ورقمه 000000

الشعار: هو تصميم أو رمز معروض على منتجات الشركة، والمركبات، واللافتات ، وما إلى ذلك ، والذي يعبر عن شخصية

الشركة والغرض منها ويسهل على العملاء التعرف على الشركة وتذكرها.

بناء على المعلومات التي جمعناها عن مصنع ازدهار للأعلاف عن طريق عدة اجتماعات مع المدير التنفيذي للشركة وفريق

العمل وبناء على طلبه قمنا بتصميم العديد من الشعارات والهوية البصرية حتى قامت الشركة باختيار احدى الشعارات وبناء عليه

تم بناء هوية بصرية كاملة

○ الشعارات التي تم تصميمها:



○ الهوية البصرية التي تم اختيارها من قبل الشركة :



(الشعار)



(الترويسة)



(بطاقة العمل)



(البطاقة التعريفية)



(الختم)



(ملابس العمال)



(شاحنات نقل الاعلاف)



بعد الاطلاع على اشهر الشعارات العالمية في صناعة الأعلاف ، قمنا بتغيير الهوية البصرية كاملة للحصول على شعار  
،وهوية بصرية أفضل وأبسط ومهنية اكثر ، ثم اقتتعت الشركة بهذه الهوية البصرية .

○ الشعار الذي تم اعتماده :



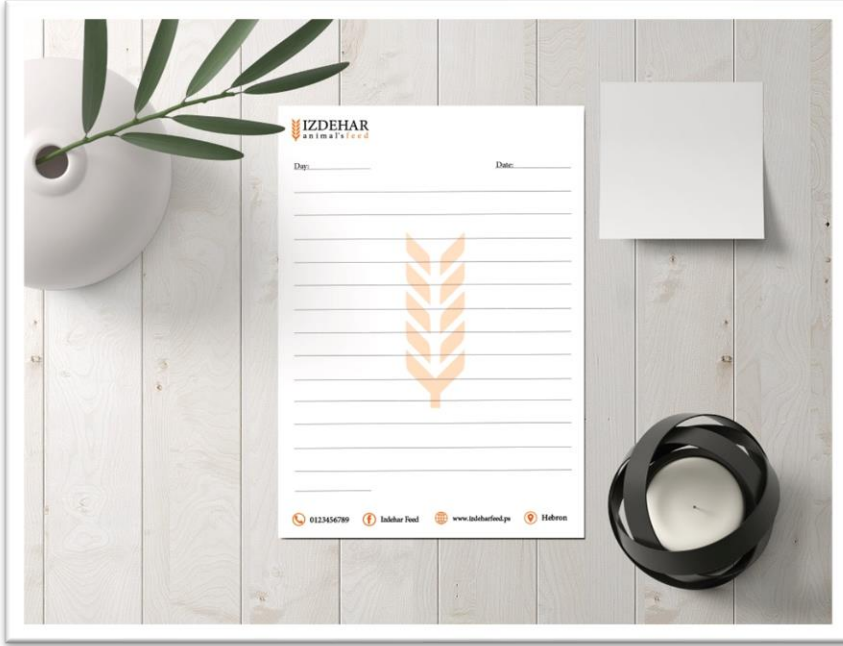
قمنا باختيار سنبله القمح لان القمح احد المكونات الاساسية للأعلاف وتم اختيار اللون البرتقالي لأنه لون سنبله القمح .

○ الهوية البصرية التي تم اعتمادها



## Business Card | كرت: هي

البطاقات التي تحمل معلومات تجارية عن شركة أو فرد، تتضمن بطاقة العمل عادة اسم المانح أو الشركة أو الانتماء التجاري "مع شعار" ومعلومات الاتصال مثل عناوين الشوارع وأرقام الهاتف ورقم الفاكس وعنوان البريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني.



## Letterhead | الترويسة: هي تتألف

من تصميم الورقة حيث تتم طباعة المستندات الهامة المتعلقة بالشركة أو الهيئة المؤسسية المعنية، يعطي استخدام الورق ذي الرأسية مصداقية للمستند، فضال عن كونه أداة ترويجية للشركة أو المؤسسة التي أنتجت ذلك.

البروشور: هو كتيب يحتوي على مواد وصفية أو الإعلان ويحتوي أيضا على قائمة بها الاسم والسلعة المراد الإعلان عنها ويتكون البروشور من صفحة مطوية واحدة أو عدة صفحات متلازمة مع بعضها البعض والهدف الرئيسي من استخدام البروشور هو الدعاية ويستخدم في المقام الأول للترويج لشركة أو منظمة أو منتج وتوصيلهم بالعملاء المهتمين بالمنتج

### لماذا إزدهار!

- الجودة الأفضل

يتميز مصنع إزدهار بالأعلاف ذات الجودة العالية، وذلك لامتلاكها مختبرات وعاملين متخصصين في إنتاج الأعلاف واختيار صلاحيتها وجودتها.

- المصنع الأكبر

إزدهار للأعلاف هو أكبر مصنع في فلسطين من حيث المساحة والانتاج والقدرة التخزينية أيضا.

- إعانتها للمصنع الفلسطيني

تساعد شركة إزدهار الاستثمارية بواسطة مصنع إزدهار للأعلاف في رفع الاقتصاد الفلسطيني عن طريق تقديم حوالي 2000 فرصة عمل ويساهم بزيادة إجمالي الدخل القومي بقيمة 62 مليون دولار أمريكي خلال العشر سنوات القادمة.



## إزدهار .. الجودة أولويتنا

### شركتنا

يعتبر مصنع إزدهار للأعلاف أحد المشاريع التابعة لشركة إزدهار فلسطين للاستثمار بالشراكة مع العديد من المستثمرين من الشركات الفلسطينية الكبيرة، وهو مصنع متخصص في صناعة الأعلاف بجودة عالية وفق المعايير العالمية.

### أهدافنا

- إنتاج الأعلاف بأفضل جودة حسب المعايير العالمية.
- إنتاج أكثر من 23 خنطة علفية للدواجن والحيوانات المجترة.




## اتصلوا بنا

فلسطين - الخليل - رفوصيا  
009722233222  
www.izfeed.com

نسى للإنتاج الأعلاف بأعلى جودة وفق المعايير العالمية



## شركة إزدهار

شركة لصناعة الأعلاف



البطاقة التعريفية: تشمل بطاقة الموظف على معلومات عامة ومهمة لاي موظف ويشارك بها نظام الرواتب ونظام الدوام وهي كما يلي: الرقم 1: وهو رقم الموظف التسلسلي والذي عادة ما يستخدم في البحث عن أي موظف في السندات والتقارير وكذلك في تعريف رقم الموظف على ساعة الدوام، علما بان هذا الرقم لا يحذف ولا يمكن تعديله.



Rollup | الرول اب: وهو ستاند مصنوع من مواد خفيفة الوزن كالألومنيوم يُستخدم لعرض الرسالة الاعلانية لجميع خدمات أو منتجات الشركات أو يمكن استخدامه خلال حدث أو مناسبة معينة. وتتناول الرسالة الاعلانية تصميم يشمل بعض الصور وبعض النصوص وتاريخ المناسبة. كما يستخدم الرول أب في المعارض والمؤتمرات وفي الشركات والمكاتب.



## شاحنات نقل الاعلاف



غلاف صفحة فيسبوك: صورة الغلاف هي صورة على ملف تعريف Facebook ، هي على عكس صورة الملف الشخصي ، فإن صور الغلاف عبارة عن رسم بانر كبير يعرّف الزائرين على فرد أو علامة تجارية. تظهر صور غلاف Facebook حصريًا على الجدول الزمني الفردي على Facebook.



بدأنا بتصميم صفحة فيسبوك تابعة مصنع ازدهار للأعلاف ، فقمنا بكتابة اسم الصفحة باللغتين العربية والانجليزية (مصنع ازدهار للأعلاف الفلسطينية – Izdehar Palestine Feed Factory )، لتسهيل عملية وصول الزبائن الى الصفحة ، ثم تم إضافة الشعار كصورة شخصية للحساب ، وإضافة صورة الغلاف التي تحتوي على (Slogan) المصنع الذي تم اختياره من خلال تصويت الحاضرين الذين تواجدوا في اللقاء التعريفي عبر استبانة تم نشرها





قمنا بإضافة المعلومات الأساسية للمصنع مثل: وصف المصنع، الموقع، البريد الإلكتروني، رابط الموقع الإلكتروني، رقم الهاتف، نطاق الأسعار، أوقات الدوام، سياسة الخصوصية.

قمنا باستخدام موقع (Privacy Policy Generator) لإعداد رابط خاص بسياسة الخصوصية.

وموقع (bitly) لإعداد اختصارات الروابط

ترقوميا Hebron 9020000

يمكنك ترويج نشاطك التجاري محليًا لتوجيه الأشخاص مباشرةً إلى ترقوميا Hebron 9020000.

من أجل ضمان أفضل الحلول الغذائية للحيوان، قمنا بتأسيس أكبر مصنع أعلاف حيوانية في فلسطين يقدم أكبر تنوع من المنتجات بأفضل جودة

تتم متابعة هذه الصفحة بواسطة • من الأشخاص

<https://izfeed.nicepage.io/>

+970 2 222 3322

إرسال رسالة

نطاق الأسعار .\$\$

info@gmail.com

تعديل شبكة Wi-Fi

مغلق الآن

٨:٠٠ ص - ٦:٠٠ م

خدمة زراعية • سوق المزارعين

سياسة الخصوصية



قمنا بنشر منشور على صفحة الفيسبوك يضم احدى المقالات التي تم نشرها على الموقع الإلكتروني في قسم المدونات ، هذا يساعد على زيادة حركة مرور الزوار على الموقع ، مما يساعد على تحويل الزائر الى زبون محتمل (Lead) إلى زبون (Customer).

مصنع ازدهار للأعلاف - Izdehar animal feed plant


2 ي 0

كيف تؤثر الأعلاف في انخفاض استخدام مضادات الميكروبات ؟

على المستوى العالمي ، يعتبر الاستخدام غير الملائم والمفرط لمضادات الميكروبات في صحة الإنسان والحيوان ، وكذلك في الإنتاج الحيواني ، من المتوقع بحلول عام 2030 أن يرتفع إستهلاك مضادات الميكروبات في قطاع الثروة الحيوانية الى 67 %

لقراءة المزيد ، يمكنك زيارة موقعنا <https://bit.ly/3wGM8zZ>

#اعلاف #ازدهار #ابقار #Animal #Feed



4 الأشخاص الذين تم الوصول إليهم

1 تفاعل

مجموع نقاط التوزيع

ترويج المنشور

الموقع الإلكتروني: الموقع الإلكتروني هو مجموعة من كتل المعلومات والأدوات للتفاعل مع شريحة أو أكثر من الجمهور المستهدف. الموقع الإلكتروني على شبكة الإنترنت هو أحد العناصر الرئيسية لنظام التسويق عبر الإنترنت ويتطلب أكبر قدر من الاهتمام من خدمة التسويق للشركة ، لهذا إن الغرض من استخدام مواقع الويب هو توفير فوائد التسويق الإلكتروني التي لا تستطيع الحصول عليها من التسويق التقليدي

لهذا قمنا بتصميم موقع إلكتروني خاص بمصنع ازدهار لأعلاف الحيوانات.



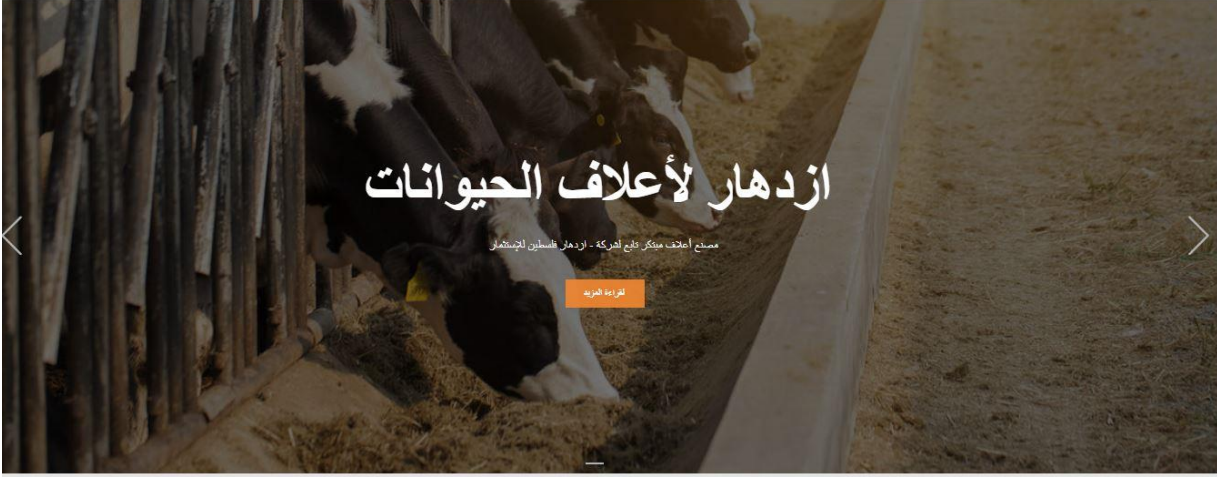
( QR CODE للموقع الإلكتروني )

## صفحات الموقع الالكتروني:

الصفحة الرئيسية للموقع ، وتحتوي على الـ (Menu) ، و تعريف بسيط عن المصنع ، أهداف المصنع ، المزايا ، قيم الفريق ، وطرق التواصل.

IZDEHAR  
animalsfeed

المدونات تواصل معنا المنتجات من نحن الرئيسية



# ازدهار لأعلاف الحيوانات


مصنع أعلاف متكامل - ازدهار فلسطين للاستثمار

للمزيد

## من نحن


من أجل ضمان أفضل الحلول الغذائية للحيوان، قمنا بتأسيس أكبر مصنع أعلاف حيوانية في فلسطين يقدم أكبر تنوع من المنتجات بما فيها العليقة العلفية الكاملة للمجترات TMR

## منتجاتنا




الأبقار

لمعرفة المزيد



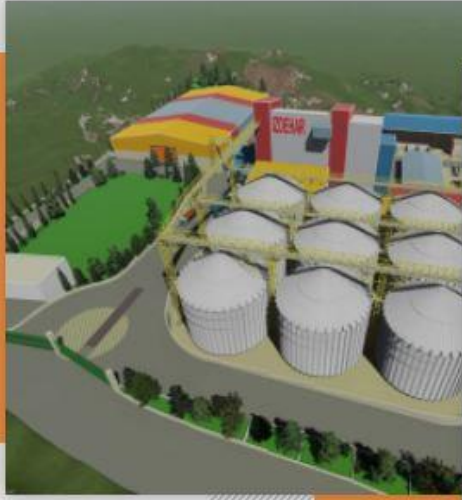
المواشي

لمعرفة المزيد



الدواجن

لمعرفة المزيد



## حول المصنع

- إنشاء أكبر مصنع لتعليق الحيواني المركزي في فلسطين
- ينتج أكثر من 23 خبطة علفية لتدواجن والمجترات
- بطاقة إنتاجية 60 / 80 طن بالساعة و 144 الف طن سنوياً

قرينة لقرينة

## أهداف المصنع

تأسيس مصنع للأعلاف الحيوانية بقدرة إنتاجية 60/80 طن بالساعة



ريادة السوق



الاستقلال الاقتصادي



جدول مبتكرة



التشغيل والدخل

## المزايا



التسليم  
العزوة والسريّة والمؤونة ذات  
التسليم



النمو  
تسعة أضعافاً من خلال قدرات  
مختلفة



الجودة  
تهدف لإنتاج أغلاف بجودة متميزة



نسعى جاهدين إلى :

توظيف موظف مباشرة: 20 / الوظائف غير المباشرة: 1000

تقيس عجز الحساب التجاري الفلسطيني

تحقيق الاستقلال الاقتصادي

تمكين نمو الثروة الحيوانية

استقطاب رؤوس الأموال الإقليمية والدولية والتمويل

## قيمنا



نحن شاملون من جميع  
التخصصات ، ومن خلال  
التعاون نفوز



نحن نكسب الإبداع لنصبح  
أفضل كل يوم



نحن نسمع ونفكر من وجود  
قوابل إيجابية ثم نتحدث معك  
بصراحة



نحن فريق مهتم ومرح  
يضع العميل أولاً

## تواصل معنا

تواصل معنا واكتشف كيف يمكننا المساعدة. نحن نهدف إلى أن تكون على اتصال  
 من تريد أن تكون الأول بمعرفة العروض الحصرية والإصدارات الجديدة؟  
 سجل للحصول على الخبرات

(Footer)

مبادرة الخوصوية

إن سياسة الخصوصية هذه تشارك سياساتنا فيما يتعلق بجمع واستخدام وإفشاء المعلومات الشخصية أثناء استخدامك للبوابة بالإضافة للخيارات المتاحة لديك والمتعلقة بهذه المعلومات بموجب سياسة الخصوصية هذه حيث أن أولي الاهتمامات هو الحفاظ وضمان خصوصية استخدامك للبوابة وخصوصية المعلومات المقدمة من قبلك على الموقع.

مجموعة أومنتار للاستثمار والتسويق  
AIM

United Group  
Building Shared Future

شركة جواهرات القواسم  
Qawasim Jewelry Co.  
Government Investment Group

شركة الوفاق للإنتاج  
الزراعي و الحيواني

جميع الحقوق محفوظة ازدهار للأغلاف ©



صفحة من نحن وتحتوي على تعريف عن المصنع ، الأساس المنطقي الذي بُني عليه المصنع ، والشركاء ، وتم ربط صور الشركات مع مواقعهم الإلكترونية لتحسين محركات البحث وزيادة تقييم الموقع .

## مصنع إزدهار فلسطين للأعلاف

مصنع للأعلاف الحيوانية بقدرة إنتاجية 60-80 طن/ساعة\*  
تعمل إزدهار على إنشاء مصنع أعلاف حيوانية بقدرة إنتاجية تصل إلى 60\*  
80 طن/ساعة وطاقة إنتاجية يومية لـ 8 ساعات عمل تصل 480 طن يومياً،  
وطاقة إنتاجية سنوية 144 ألف طن سنوياً



## أساس المصنع

تم بناء المصنع على أساس منطقي لضمان استمرارية العمل



مصنع إزدهار لأعلاف الحيوانات  
بقدرة الإنتاجية تصل إلى 60 طن/  
ساعة من الأعلاف الحيوانية المركزة و  
40 طن/ساعة من العذقة الكاملة  
(TMR)



تكنولوجيا متقدمة  
موردين آلات موثوقين  
الانتقال من حجم السوق  
خطوط التاج متنوعة



خطة عمل واقعية  
التحالف مع رواد السوق  
مبيعات مضمونة  
ملائمة مالية

## شركائنا

قدمنا أقصى درجات الدعم وبذلنا جهداً كبيراً ودؤوباً لتأسيس علاقة عمل مستدامة تقوم على أسس من الشراكة الحيوية للاستفادة من خبرات الشركاء في عدة مجالات عبر اتخاذ كافة التدابير المهنية والتسهيلات لضمان نمو وإزدهار هذا العمل



صفحة المنتجات وتحتوي على شعار المصنع (لأن الجودة أولويتنا، نسعى لإنتاج الأعلاف بجودة وفق المعايير العالمية)،  
وكتالوج خاص بمنتجات المصنع وأسعارهم . ( الصور تعبيرية )





صفحة تواصل معنا ، وتحتوي على قنوات الاتصال مع المصنع ، و نموذج تعبئة البريد الإلكتروني والسماح للزبائن بالاشتراك بالقناة البريدية الخاصة بالمصنع ليصلهم كل جديد

**للتواصل معنا**

لقد أنيت إلى المكان الصحيح لنطرح الأسئلة والاستفسار حول خدمة العملاء نحن فريق مجهز بالكامل لرد على استفساراتكم

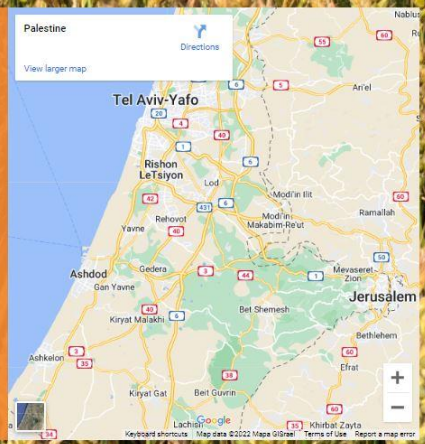
|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <br>الموقع<br>تسطن - الخليل - ترفينا | <br>رقم الهاتف<br>234-9876-5400<br>888-0123-4567 | <br>الفيسبوك<br>ازدهار تسطن للأعلاف | <br>البريد الإلكتروني<br>info@gmail.com |
|---|---|--|--|

**Contact info**

أدخل بريدك الإلكتروني


أدخل رقم الهاتف

إرسال



### للإشتراك بقناتنا البريدية

هل تريد أن تكون الأول بمعرفة المروض الحسرية والإمدادات الجديدة؟  
سجل للحصول على اخر اخبارنا! لا يزيد مزيج ، تحك

إرسال  أدخل بريدك الإلكتروني 

صفحة المدونات تم تصميمها لإضافة المقالات والمعلومات التي يجمعها المصنع ويقوم بدراستها لهذا عند الضغط على زر قراءة المزيد سيتم إظهار المقالة ، والفائدة التسويقية منها انها تساعد على الظهور بمحركات البحث الأولى وعلى زيادة حركة مرور الزائرين على الموقع



## ازدهار لأعلاف الحيوانات

مصنع ازدهار فلسطين للأعلاف مصنع تابع لشركة فلسطين للإستثمار  
ينتج أكثر من 23 خبطة علفية للدواجن والحيوانات العجزة بطاقة إنتاجية مقدارها 60 طن

إن كنت تمتلك أي سؤال

لا تتردد في الاتصال بنا في أي وقت

تواصل معنا



ما هي المكونات الخفية الفوسفور؟

لقراءة المزيد



منظمة الأختية والزراعة / منظمة الصحة العالمية  
تدعو الخبراء وأصحاب المصلحة والبيانات المتعلقة  
بالمخاطر في الأعلاف

لقراءة المزيد



يمكن أن تؤدي استراتيجيات التغذية الحيوانية  
والأعلاف المصممة خصيصاً إلى انخفاض كبير في  
استخدام مضادات الميكروبات

لقراءة المزيد

يمكن أن تؤدي استراتيجيات التغذية الحيوانية والأعلاف المصممة خصيصًا إلى انخفاض كبير في استخدام مضادات الميكروبات

تم تبليط الضوء على دور استراتيجيات وخيارات تغذية الحيوانات والأعلاف لتقليل الحاجة إلى استخدام مضادات الميكروبات في الإنتاج الحيواني في حدث جانبي خلال اجتماع فريق العمل الحكومي الدولي المخصص المعني بمقاومة مضادات الميكروبات التابع لهيئة الدستور الغذائي الذي عُقد في بوسان ، جمهورية كوريا ، في الفترة من 10 إلى 14 ديسمبر 2018. لخص المتحدثون الحالة الحالية للتلوث والرؤى الحديثة حول كيفية تفاعل النظم الغذائية وصحة الأمعاء والجهاز المناعي ويمكن أن تساهم في مقاومة الأمراض. كما سلط الحدث الضوء على عمل منظم

على المستوى العالمي ، يعتبر الاستخدام غير الملائم والمفرط لمضادات الميكروبات في صحة الإنسان والحيوان ، وكذلك في الإنتاج الحيواني ، محركًا تستخدم مضادات (AMR) رئيسيًا لتطوير مقاومة مضادات الميكروبات الميكروبات في الإنتاج الحيواني للوقاية من الأمراض ونتاجها ولتعزيز التنوع. على الرغم من الحد من استخدام مضادات الميكروبات في العديد من البلدان ، من المتوقع أن يرتفع استهلاك مضادات الميكروبات في قطاع الثروة الحيوانية بنسبة 67 في المائة بحلول عام 2030 ، وأن يتضاعف تقريبًا في البرازيل وروسيا وجنوب إفريقيا



## :Event

قمنا بعمل (Event) لعرض الهوية البصرية التي تم إنتاجها، ولكنه كان ايفينت تجريبي يطلب من المدير التنفيذي للشركة بسبب أن المصنع ما زال قيد الإنشاء، على أن يتم عمل لقاء لافتتاح المصنع عند الانتهاء من إنشاءه، وبذلك الوقت سوف يكون المدعوين هم المهتمين من المستثمرين وأصحاب المصانع والمزارعين.

وكان الهدف من الايفينت إطلاق الهوية البصرية لمصنع ازدهار للأعلاف، وزيادة التوعية حول مصنع ازدهار حيث يعتبر أكبر مصنع أعلاف مركزة في فلسطين، حيث سيقدم منتجات ذات جودة عالية تتنافس منتج الاحتلال ، وقمنا بتصميم بطاقة دعوة وإرسالها للمدعوين فتم دعوة ممثلين الشركة وبعض الزملاء والأساتذة، وقمنا بطباعة ( الرول أب ، البروشور ، كرت العمل ) وتم بنهاية اللقاء نشر استبانة لأخذ تغذية راجعة حول اللقاء .

الدعوة الخاصة بالإيفنت(Event):



## دعوة خاصة

يسرنا دعوتكم لحضور إطلاق الهوية البصرية الخاصة بمصنع ازدهار للأعلاف

⌚ الساعة الثانية مساءً

📅 يوم الأثنين الموافق 2022 / 5 / 16

📍 في مقر الشركة الكائن في مبنى الحديقة التكنولوجية - الطابق الأول





(QR CODE للعرض الخاص باللقاء التعريفي)



صور من الإيفنت:



صورة جماعية مع الحضور



صورة مع المدير التنفيذي للشركة بعد انتهاء العرض



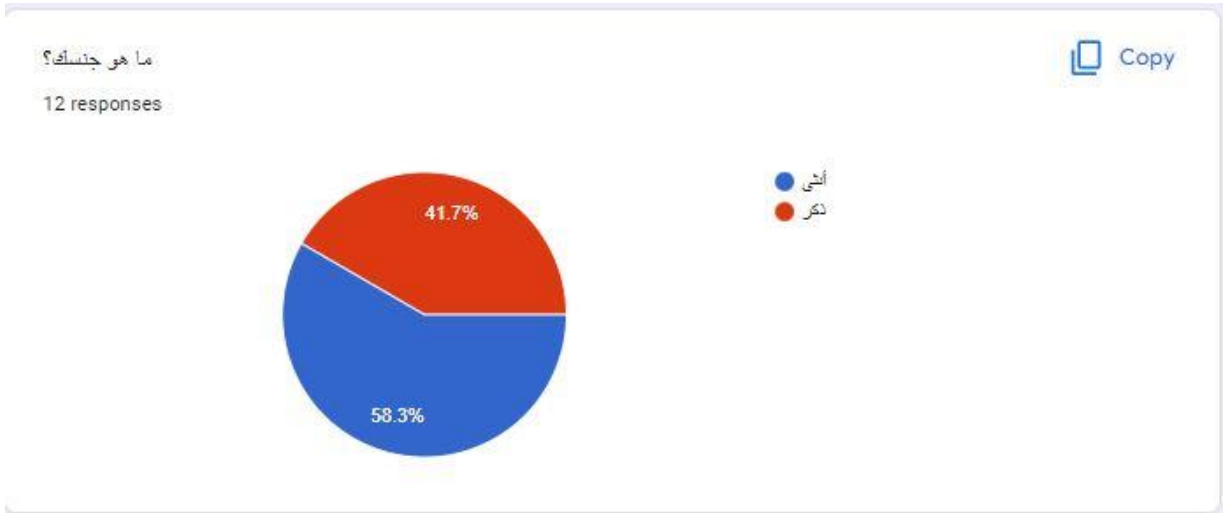
## التغذية الراجعة من الايفينت:

كان أحد اهداف الاخرى من تنظيم الايفينت غير خلق وعي عن العلامة التجارية هو اخذ تغذية راجعة من الحضور للتعديل والتحسين على الهوية البصرية فبعد الانتهاء من اللقاء التعريفي تم جمع تغذية راجعة من خلال نشر استبانة على الحضور من خلال عرض ( QR CODE ) وعند مسحه يتم الدخول الى الاستبانة التي تحتوي على بعض الأسئلة التي سوف تساعد على تقييم الهوية البصرية والتعديل عليها حسب أجوبة الحضور .



(QR Code الاستبانة)

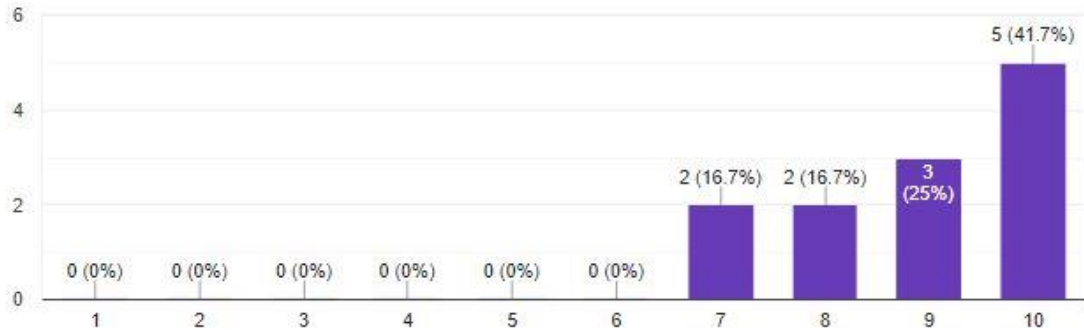
○ إجابات الحضور :



ما رأيك باللوجو الذي تم تصميمه للشركة؟

Copy

12 responses

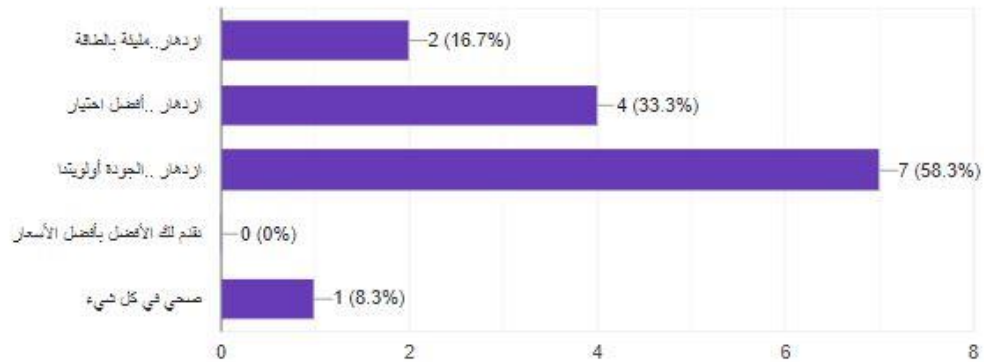


آراء الحضور حول شعار الشركة، قمنا باختيار الشعار الأكثر تصويتاً من قبل الحضور وهو " الجودة أولويتنا "

الأنسب لشركة إزدهار للأعلاف؟(slogan) برأيك ما هو الشعار

Copy

12 responses





هل تقترح أي تعليق اضافي على الكرت/البروشور/الرول اب ؟

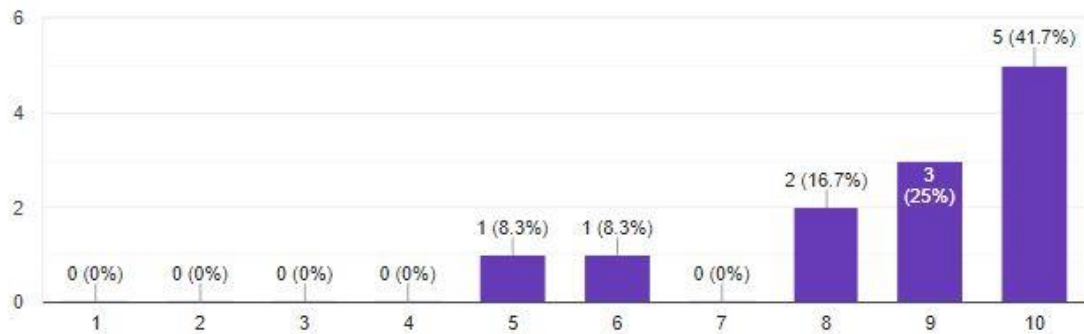
8 responses

- لا
- نعم
- تعديل الاوان وتوحيد الهوية البصرية
- ممتاز
- الوان رائعة وجذابة
- شغل مرتب ما شاء الله
- The logo should be "animal feed plant" without s

كاسم النطاق للموقع الالكتروني <https://www.izfeed.com> ما رأيك

Copy

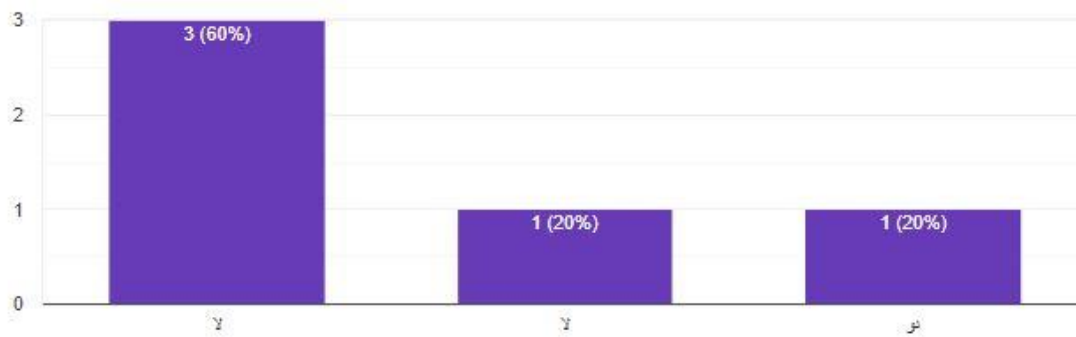
12 responses



اخر؟(Domain name)هل تقترح اي اسم النطاق

Copy

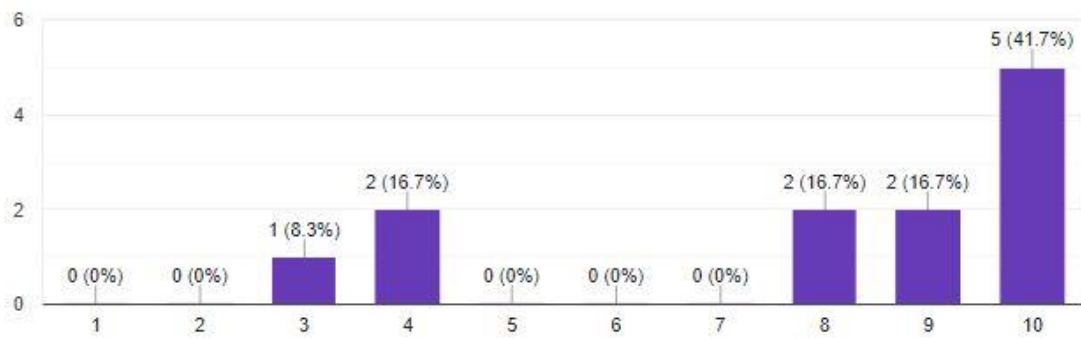
5 responses



هل مساعدك البروشور في معرفة الصورة العامة عن المصنع؟

Copy

12 responses



أي اقتراح أو تعليق ايجابي أو سلبي حول الموقع الإلكتروني

4 responses

نو

جميل جدا

جد بجنن بجنن ما شاء الله كثير حلو

كلشي بجنن

### تقديم العرض

أي تعليق حول الايفنت بشكل عام (محتوى/تقديم العرض)

8 responses

ممتاز جدا

نو

هداك سرعة في العرض يرجى الانتباه

بعتيكم العافية

بجنن

شكرا شكرا شكرا من اردهار - محلل مالي من اردهار

رائع، ابداع

بشكل عام الاداء جيد ولكن هناك بعض الملاحظات: كان من المفترض التعريف عن اعضاء الفريق (التخصص السنة الاسم)

outline لا يوجد

التعريف عن اردهار لم يتم بشكل دقيق وكامل

شكرا شكرا شكرا من ازدهار - محلل مالي من ازدهار

رائع، ابداع

بشكل عام الاداء جيد ولكن هناك بعض الملاحظات: كان من المفترض التعريف عن اعضاء الفريق (التخصص السنة الاسم)

outline لا يوجد

التعريف عن ازدهار لم يتم بشكل دقيق وكامل

كان من الافضل ان يتم اختيار بعض المصطلحات بدقة اكبر

يفضل التركيز بشكل اكبر على اهمية هذا المصنع اجتماعيا واقتصاديا (يفضل استخدام بعض الارقام والاحصائيات)

جميع الإجابات أبدت اعجابها بالهوية البصرية التي تم عرضها في اللقاء التعريفي، ولكن كان هناك بعض التعليقات

التي ساعدتنا في التحسين من الهوية البصرية مثل: أحد التعليقات الذي كان من أجل التعديل على طريقة كتابة اسم

المصنع بطريقة أصح

The logo should be "animal feed plant" without s

وقمنا بتعديل الشعار على أساس التعليق السابق، الشعار(اللوجو):

 IZDEHAR  
Animal Feed plant

## ○التحديات:

1. صعوبة الحصول المعلومات.
2. عدم وجود مكان واحد يجمع فيه اصحاب المصانع والمزارعين لتسهيل عمل دراسة عنهم واخذ معلومات بشكل سهل.
3. تحديات في عند تحضير اللقاء التعريفي بعد الاتفاق مع احدى المطابع لطباعة الهوية البصرية اعتذرت قبل الموعد بيوم واحد بسبب عطل في الطابعة ( event)
4. القيام بعمل زيارات مع اصحاب المصانع او المزارعين في اماكن بعيدة جدا من اجل الحصول على معلومات (بير حرم الرامة،كلية العروب، قلقس ، سنجر ، منطقة ، ، الحديقة التكنولوجيا ،الدبوا ) وغيرها من المناطق

## ○ التوصيات:

- 1 - العمل على التطبيق بشكل مكثف اكثر لنشره عن طريق الاتفاق والتعاون مع كلية النجاح ،قسم الاعلام ، وكلية الطب البيطري ، كلية الزراعة ، جامعة العلوم التكنولوجيا والاتفاق معهم على نشر مقالاتهم داخل التطبيق لزيادة التفاعل وجذب المستخدمين.
  - 2 - العمل على حملة لدعم المنتجات الاستهلاكية (منتجات الالبان ، الدجاج ، اللحوم ..الخ) من الشركات والمزارع التي تعتمد على الاعلاف الفلسطينية عن طريق عمل طابع يلصق على هذه المنتجات لتمييزها انها منتجات فلسطينية
- % 100

- (رصيد - أسبوع الاقتصاد الوطني، 2021)  
Sours: <https://bit.ly/3yXFZ5t>
- (مركز الإحصاء الفلسطيني، 2019)  
Sours: <https://www.pcbs.gov.ps/>
- (مقابلة مع مدير شركة التميمي الزراعية، 2021)
- (مقابلة مع شركة ازدهار للاستثمار، 2022)
- (مقابلة مع شركة النماء الزراعية، 2021)
- (شركة ازدهار للاستثمار، 2022)  
Sours: <https://www.ppid.ps/>
- (مديرية الزراعة الفلسطينية، 2021)
- فريق الدعم الإلكتروني، 2021  
Sours : <https://ar.ehelperteam.com/>
- (مستقل، دلالات الألوان، 2021)  
Sours : <https://blog.mostaql.com/how-to-choose-color-for-your-visual-identity/>